

TARTU ÜLIKOOL
Majandusteaduskond
Ettevõtluskeskus

Juri Tutskanjuk

**ÄRIEETIKA TAJUMINE EESTI
ERASEKTORI JUHTIDE SEAS AASTATEL
2011 – 2014**

Bakalaureusetöö

Juhendaja: dotsent Made Torokoff-Engelbrecht

Tartu 2014

Soovin suunata kaitsmisele
(juhendaja allkiri)

Kaitsmisele lubatud „ „ 2014 a.

Ettevõtluskeskuse juhataja
(õppetooli juhataja nimi ja allkiri)

Olen koostanud töö iseseisvalt. Kõik töö koostamisel kasutatud teiste autorite tööd, põhimõttelised seisukohad, kirjandusallikatest ja mujalt pärinevad andmed on viidatud.

.....

(töö autori allkiri)

SISUKORD

SISSEJUHATUS	4
1. ÄRIEETIKA JA ÄRIEETILISED DILEMMAD	6
1.1. Ärieetika olemus	6
1.2. Ettevõtluses esinevad eetilised dilemmad	20
2. ÄRIEETIKA TAJUMINE EESTI ERASEKTORI JUHTIDE SEAS AASTATEL 2011 – 2014	27
2.1. Uurimismetoodika	27
2.2. Ärieetika tajumine läbi ärieetika mõiste selgitamise	28
2.3. Ärieetika tajumine läbi eetiliste dilemmaide äratundmise	35
KOKKUVÕTE	45
VIIDATUD ALLIKAD	48
LISAD	53
Lisa 1. Vastused küsimusele “Mida tähendab Teie kui ettevõtja jaoks ärieetika?” – töödeldud intervjuude vastused	53
Lisa 2. Vastused küsimusele “Millised eetilised dilemmad on Teil esinenud ettevõtluses?” – töödeldud intervjuude vastused.	66
SUMMARY	74

SISSEJUHATUS

Enamasti peetakse ettevõtte eetilise eest vastutavaks juhti. Selle põhjuseks võib pidada seda, et juhid on need, kes võtavad vastu ettevõttes olulisi otsuseid, mis võivad olla eetilised või teatud põhjustel ka ebaetilised. Juhtide eetiline käitumine on eeskujuks kõigile ettevõtte töötajatele ning nii saab juht kujundada eetilist organisatsioonikultuuri. Erinevate autorite (nt Rest 1986) sõnul, saavad juhid võtta vastu teadlikult eetilisi otsuseid siis, kui nad tunnevad ära, et probleemi näol on tegemist eetilise dilemmaga. Eetiliste dilemmaide mõistmiseks peavad aga juhid üldiselt tajuma ärieetika olemust.

Autori hinnangul on mitmed varasemad uuringud käsitlenud ärieetika tajumist juhtide poolt, kuid Eesti kontekstis on seda vähe uuritud. Riigiti on ärikeskkonnad ja nende eetiline areng väga erinevad. Seega peab autor oluliseks välja selgitada, kuidas tajuvad ärieetikat Eesti erasektori juhid.

Käesolevas bakalaureusetöös on autori eesmärgiks selgitada välja, kuidas Eesti erasektori juhid tajuvad ärieetika tähendust ja igapäevaselt esinevaid ärieetilisi dilemmaide. Töös läbiviidud analüüsi tulemustest võib kasu olla kõikidel ettevõtte huvigruppidel ja ettevõtjatel endil, sest töö tulemused aitavad paremini mõista Eesti ettevõtluskultuuri hetkeolukorda.

Eesmärgi saavutamiseks püstitab autor järgmised uurimisülesanded:

- selgitada eetika olemust, mõistmaks ärieetika tähendust
- tuua välja erinevad seletused mõistele ärieetika;
- tuua välja ettevõtluses peamised ärieetilised dilemmaid;
- analüüsida aastatel 2011 – 2014 läbiviidud intervjuude vastused;
- teha järeldused, kuidas Eesti erasektori juhid tajuvad ärieetika tähendust ja igapäevaselt esinevaid ärieetilisi dilemmaide.

Seatud uurimiseesmärgile leiab autor vastuse kahes peatükis. Esimene peatükk on teoreetiline ning selles toob autor välja erinevate autorite (sh De George 1990, Beauchamp ja Childress 1994, Solomon 1994) eetikaga seotud definitsioonid. Samuti tutvustab autor lühidalt eetika võimalikke käsitlusi (normatiivne, deskriptiivne ja metaeetiline) ja teooriad (teleoloogia, deontoloogia, vooruseetika). Samuti toob autor välja erinevad ärieetika definitsioonid, mis aitavad mõista ärieetika tähendust ning põhjendab lühidalt ärieetika olulisust ettevõtete jaoks (olulisus nii ettevõtte kasumile kui ka ühiskonnale). Teoreetilises osas toob autor välja juhi eetilise tähtsuse ettevõtete ärieetilise juures. Samuti kirjeldab autor ärieetika arengut ning peamisi tänapäeval ettevõtluses esile kerkivaid eetilisi dilemmasid. Peamiselt on töös kasutatud kaasaegseid teadusartikleid.

Teine peatükk on empiiriline. Uurimaks ärieetika tajumist Eesti erasektori juhtide poolt, tugineb autor “Ettevõtluse alused” kursuse raames tudengite läbiviidud intervjuudele, mida juhendas õppejõud Made Torokoff-Engelbrecht (aastatel 2011 – 2014). Analüüsimise aluseks on 137 intervjuud, mis viidi läbi Eesti ettevõtete juhtide seas. Autori arvates võib öelda, et andmeid on piisavalt ning nad on ka usaldusväärsed, et saada uurimiseesmärgile adekvaatsed tulemused. Intervjuude analüüsimisel jagab autor vastused erinevatesse kategooriatesse ning võrdleb intervjuude vastuseid teooria osaga. Esiteks, toob autor välja intervjuude vastused küsimusele, mis on ärieetika. Intervjuude vastustest selgub, kuidas tajuvad Eesti erasektori juhid ärieetika tähendust. Teiseks, toob autor välja vastused, mis olid seotud ärieetiliste dilemmade märkamisega. Ärieetiliste dilemmade märkamine igapäevatoos aitab autori arvates veelgi paremini mõista, kuidas juhid tajuvad ärieetikat, kuidas nad lisaks mõiste tundmisele oskavad seda ka seostada igapäeva olukordadega. Autor käsitleb eetilisi dilemmasid huvigruppide lõikes. Empiirilise osa lõpus teeb autor järeldused ärieetika tajumise kohta Eesti erasektori juhtide poolt.

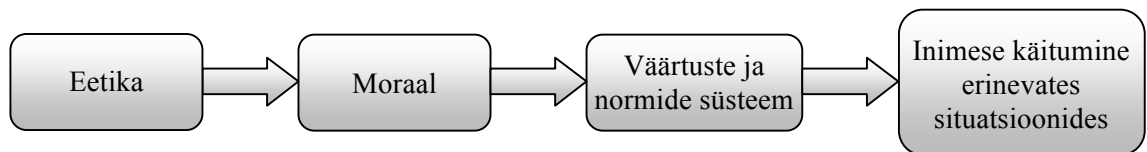
1. ÄRIEETIKA JA ÄRIEETILISED DILEMMAD

1.1. Ärieetika olemus

Ärieetika on üks eetikavaldkond ning et seda paremini mõista, peab autor oluliseks alustada laiemalt ning seletada, mida mõistetakse üldiselt eetika all. Mõistet eetika on käsitletud juba pikka aega, kuid siiani pole leitud sellele ühest definitsiooni. De George (1990: 14) on öelnud, et üheks võimaluseks on käsitleda eetikat kui teadust moraalist. Moraal ehk kõlblus on väärtuste, põhimõtete, tavade ja normide süsteem, mis reguleerib inimeste käitumist. Moraal hõlmab nii tegelikke kõlblussuhteid kui ka kõlblusteadvuse. Erinevalt õigusnormist ei ole moraalnorm seaduses fikseeritud ja tema täitmist ei tagata riikliku sunniga, vaid inimese sisemise vajadusega, mida kontrollib avalik arvamus. (Eesti Entsüklopeedia 2013) Moraal ütleb, milline käitumine on õige ja milline vale (Morals, Ethics, and ... 2013). Ka Beauchamp ja Childress (1994: 1) on öelnud, et eetika on üldises mõttes õpetus moraalsest elust ja puudutab palju sügavamõttelisi, kuid iseseisvaid otsuseid, mida ettevõtete juhid ja töötajad teevad oma igapäevases töös.

Kui järgida mõiste moraal tähendust, siis võib autori arvates öelda, et ka järgnevad definitsioonid selgitavad eetikat kui õpetust moraalist. Trevino, Nelson (1999: 12) on defineerinud eetikat kui põhimõtted, normid ja käitumisreeglid, mis reguleerivad suhteid inimeste vahel ja gruppides. Samuti on öeldud, et eetika on „püüdlus“, süsteem, mille peamine ülesanne on jõuda arusaamisele indiviididest või gruppidest, tuginedes sellele, mida nad võiksid teha teatud olukordades (Baier 1992, viidatud McDaniel 2004: 19 vahendusel). De George (1999: 20) on öelnud ka, et eetika on süstemaatiline püüe, teha kindlaks eeskirjad, mis peaksid hõlbustama inimeste vahelist suhtlemist. Solomon (1994: 9) näeb eetikat kui püüdlust mõista, mis on hea elu, mis väärib elamist, pannes paika eesmärgid ja tegevused, mis on väärt tegemist ja mis mitte, mis on väärt tahtmist ja mis mitte. Velasquez (1998: 11) on öelnud, et eetika on tegevus, uurimaks meie ning ka ühiskonna moraalistandardeid, küsimaks, kuidas neid kohaldada meie eludesse ning

kas nad on arukad või mitte. Eelpool toodud definitsioonidest välja lugeda ka sarnaseid jooni, mis on esitatud joonisel 1.



Joonis 1. Eetika olemus (autori koostatud).

Autori arvates käsitlevad erinevad autorid eetikat kui õpetust moraalist – moraal sisaldab endas norme, põhimõtteid, väärtusi ja tavasid, mis aitavad inimesel erinevates situatsioonides otsustada, mis on õige ja mis on vale.

Eetikale on peamiselt kolm lähenemisviisi: normatiivne, deskriptiivne ja metaeetiline (De George 1999: 21-22). Samas Beauchamp ja Childress (2001: 2) jaotavad eetika käsitlusi normatiivseks ja mittenormatiivseks, kusjuures mittenormatiivsete alla kuulub nii deskriptiivne kui ka metaeetiline käsitus. Järgnevalt seletab autor lahti eelpool toodud kolme lähenemisviisi põhiseisukohad, tuginedes erinevate autorite käsitlustele.

Normatiivne eetika puudutab küsimusi õige ja vale kohta ning kriteeriumeid, kuidas on neid võimalik eristada. See ei käsitle seda, kuidas maailm on, vaid pöörab tähelepanu sellele, kuidas see peaks olema. (Quintelier *et al.* 2011: 30) De George (1999: 21) sõnastab kolm normatiivse eetika ülesannet järgnevalt:

- See püüab moodustada terviklikku kogu erinevatest ühiskonna moraali normidest, reeglitest ja väärtustest. See püüab muuta need nii järjepidevaks ja ühtseks kui võimalik.;
- See püüab leida põhilised printsiibid, millest kindlad normid võiksid olla tuletatud.;
- See püüab erinevate moodustega õigustada põhilisis moraalsuse printsiipe.

Deskriptiivne eetika on tegelik uurimine moraalsest käitumisest ja uskumustest. See kasutab teaduslikke võtteid, et uurida, kuidas inimesed mõtlevad ja käituvad. Näiteks antropoloogid, sotsioloogid, psühholoogid ja ajaloolased määravad kindlaks, millised moraalsed normid ja hoiakud on väljendatud tööpraktikas, töölalastes tegevusjuhistes, institutsioonide missioonides, reeglites ja ühiskondlikus poliitikas. (Beauchamp ja

Childress 2001, 2) De George (1999: 21) sõnastab kolm deskriptiivse eetika ülesannet järgnevalt:

- See koosneb inimeste, kultuuri ja ühiskonna moraali uurimisest ja kirjeldamisest.;
- See võrdleb ja vastandab erinevaid moraali süsteeme, juhendeid, tavaid, uskumusi, printsiipe ja väärtusi.;
- See annab alusmaterjali, millele normatiivne eetika peab tuginema ning on samuti proovikiviks sellele, mida loetakse inimeste või ühiskonna moraaliks, millega normatiivne teooria peab vähem või rohkem kokku sobima.

Metaeetika on analüütilise filosoofia haru, mis uurib moraalsete väärtuste, omaduste ja sõnade staatust, aluseid ja ulatust. Kui deskriptiivne ja normatiivne eetika on keskendunud sellele, mis on moraalne, siis metaeetika lahkab seda, mida moraalsus üldse tähendab. Metaeetikat võib vaadelda kui väga abstraktset filosoofilist mõtteviisi moraalist. (Metaethics 2012)

Tänapäeval eksisteerib peamiselt kaks suuremat eetika-teooriat: teleoloogiline lähenemine ja deontoloogiline lähenemine. Kolmanda teooria tüübina tuuakse välja vooruseetika. Need on teooriad, mida saab praktikas kasutada keerulisi eetilisi probleeme lahendades. (Meel 2000: 12; Bowie 1991: 33; Cohen 2001: 582; Woiceshyn 2011: 312 jne). Teleoloogia ja deontoloogia on mõlemad pärit Vanast – Kreekast. Deontoloogiline eetika pärineb kreeka keelsest sõnast *deon* – kohus, kohustus ning teleoloogiline eetika pärineb kreeka keelsest sõnast *telos* – lõpp, eesmärk (Schwicker 2005: 178).

„Teleoloogiline eetika hindab tegude õigsust (moraalsust) või väärust (ebamoraalsust, pahelisust) vastavalt tagajärjele – tegu on õige ja hea, kui tulem on kiiduväärne, olenemata sellest, mis vahenditega see tulem saavutati“ (Meel 2000: 14). Kõige tuntum teleoloogiline käsitlus on utilitarism, mille arendas välja Jeremy Bentham. Aluseks seadis Bentham oma õpetuses kaks eeldust: meie elu valitsevad valu ja mõnu (lõbu, meeldivus); valu teeb elu halvemaks, mõnu meeldivamaks. (Meel 2000: 15) Ta hindas kõiki tegevusi seoses nende võimega toota hüve (sh kasu, tulu, naudingut, headust, rõõmu) ning ära hoida pahandusi, valu, kurjust ja kurbust. (Cohen 2001: 582) Peamine

seisukoht selles teoorias on, et tegu on eetiline, kui ta toodab suurimat hüve suurimale arvule inimestele, kes on tegevusest mõjutatud. Muidu on tegevus ebaeetiline. Utilitarism ei sunni peale midagi võõrast meie tavalisele ratsionaalsele käitumisele. See on põhjendatud ratsionaalsete inimeste jaoks, kes on võimelised nägema ette oma tegude tagajärgi ning tegema seda, mis toodab kõige enam hüve, mitte seda mis toodab kõige vähem hüve, muude asjade samaks jäädes. (De George 1990: 43) Utilitarism on kahtlemata mõtlemises kesksel kohal suuremates administratiivsetes vormides ja on ka üks põhijoontest kahekümnenda sajandi äris (Jones *et al.* 2005: 31). Üheks kriitikaks sellel teorial on see, et väga keeruline on ennustada saavutatavat lõppeesmärki ning lisaks veel seda, kas tulemus toob naudingut või põhjustab valu. Peamine kriitika utilitarismi käsitusel seisneb aga selles, et utilitarism ei arvesta kõige vähemale arvule tehtavat suurimat halba, mis teinekord võib üles kaaluda suurima hüve suurimale arvule inimestele. (Cohen 2001: 583)

Deontoloogilise käsitusel reeglid peegeldavad üldiseid moraalinorme (Cohen 2001: 583). Deontoloogiline eetika väidab, et tegevustel on sisemine moraalne väärtus: ühed neist on oma olemuselt head (tõerääkimine, lubadustest kinnipidamine, teiste õiguste austamine), teised halvad (valetamine, varastamine, vägivald), ükskõik kui palju head või halba nad tulemusena põhjustavad. (Meel 2000: 18) Peamiselt jaotatakse deontoloogilist käsitusviisi kolmeks teooriaks: Kanti kategooriline imperatiiv, õiguste teooria ja õigluse teooria (Cohen 2001: 583). Järgnevalt seletab autor neid kolme teooriat lähemalt.

Deontoloogilise käsitusel peamine esindaja on Immanuel Kant, kelle peamine reegel, kategooriline imperatiiv on sõnastatud järgnevalt: „Tegutse vaid sellise maksimi (elureegli) järgi, mida võid samal ajal tahta saavat üldiseks seaduseks“. Kategoorilise imperatiivi järgi ei määra teo eetilistust mitte tema iseloom, vaid teo laiendatavus. (Meel 2000: 19)

Teine deontoloogiline käsitusel on õiguste teooria, mille seisukohast on inimestel absoluutsed õigused, mida ei tohi rikkuda nagu õigus elule, vabadusele, privaatsusele jms (Meel 2000: 20), kuid on ka õigused näiteks tarbijatel: õigus tõesele infole, valikuvabadus, õigus turvalisusele, õigus teavitusele jms. Samas tuleb märkida, et

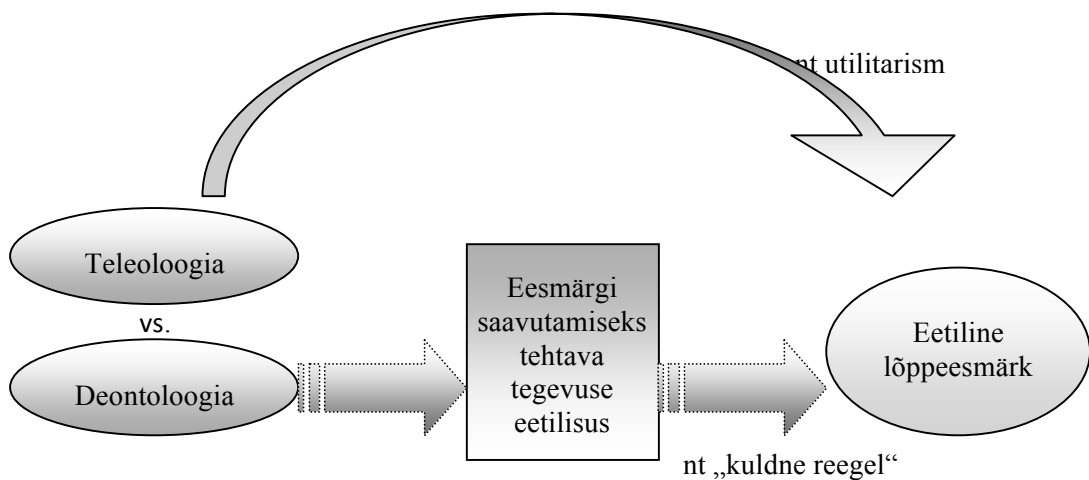
erinevatel õigustel on erinev kaal. Praktilised käitumise tagajärjed kaaluvad teatud olukordades üles õiguste tähtsuse. Näiteks tarbija õiguse valida endale õhku reostav auto kaalub üles fakt, et see pole suurimale arvule inimestele suurimat heaolu valmistav tegu ning rikub teiste õigust puhtale õhule. (Cohen 2001: 583) „Õiguste teooria üldtuntud variatsiooniks on „kuldne reegel“ – käitu teiste suhtes nii, nagu sa soovid, et teised sinu suhtes käituksid. Seda võib nagu Kanti kategoorilist imperatiivigi nimetada eetilise käitumise mõõdupuuks.“ (Meel 2000: 21)

Kolmas deontoloogiline teooria on õigluse teooria, mille põhimõtte on, et kõiki peaks kohtlema võrdselt, tehes otsuseid „teadmatuse loori“ all. See tähendab, et otsuseid tehes tuleb unustada teise inimese sotsiaalne staatus, võimed, intelligentsus, mõju ja meeldivus. (Rawls 1971: 236) Inimesi võrdselt koheldes on oluline mõelda nii protsessile kui ka väljundile. Näiteks restoranis, kus on lubatud tuua pimedatel sisse oma juhtkoerad, puudub õigus tuua koeri sisse nägijatel, kuid võib öelda, et väljund on võrdne – kõik saavad soovi korral restorani tulla. Üldjuhul õiglane protsess ja õiglane väljund ei välista teineteist. (Cohen 2001: 586) Deontoloogilise lähenemise põhipuuduseks on kompromissitus – kui näiteks valetamine ja varastamine on vale, siis ei saa neid kasutada ka hädaolukorras teiste abistamiseks (Meel 2000: 21).

Kolmas eetika-teooria on vooruseetika. Vooruseetika väidab, et kõik põhilised otsustused eetikas on otsused inimese iseloomu kohta. Seega on vooruseetika keskmes inimene ja tema iseloom. Moraalses mõttes ei peaks me hindama tegu või selle tulemust, nagu teevad deontoloogid või teleoloogid, vaid inimese emotsioone ning kalduvust toimida õigesti. Vooruseetika ei küsi mida ma peaksin tegema, vaid milliseks inimeseks ma peaksin saama. (Vooruseetika 2014) Voorus on jääv, kindel kalduvus teha head. Ta ei võimalda inimesel mitte üksnes häid tegusid teha, vaid ka anda oma parimat. Kõigi oma meeleliste ning vaimsete jõududega pürgib vooruslik inimene heale. Ta püüab seda saavutada ning otsustab oma konkreetsete tegevuste puhul selle kasuks. Peamisi inimlikke voorusi nimetatakse kardinaalseteks voorusteks. Kardinaalsed voorused on mõistlikkus, õiglus, meelekindlus ja mõõdukus. (Voorused 2014) Voorused on iseloomu täiused, sisseharjutatud käitumiskalduvused, mille tulemuseks on harjumuspärased teod. Vooruslik inimene on eetiline inimene. (Pojman 2005: 259)

Aristotelese järgi on äärmiselt oluline arendada vooruslikku iseloomu, sest ainult siis, kui inimesed on head, saab tagada harjumuspärasest õiget käitumist (Pojman 2005: 36). Vooruseetika ütleb, et on oluline mitte ainult teha õiget asja, vaid ka omada hea olemiseks ja õigesti toimimiseks tarvilikke kalduvusi, motivatsioone ja emotsioone. Vooruseetika on püüdluse eetika, ta kutsub meid üles püüdma olla ideaalne inimene. (Aavik *et al.* 2007: 12)

Järgnevalt toob autor välja joonise 1, mis näitab ülevaatlilikult eetika peamiste teooriate teleloogia ja deontoloogia erinevust.



Joonis 2. Teleoloogia ja deontoloogia erinevus (autori koostatud).

Aja jooksul on ärieetika tähendust autorite poolt erinevalt tõlgendatud ning siiani puudub ärieetikal üks kindel definitsioon. Järgnevalt toob autor välja erinevate autorite tõlgendused ärieetika tähenduse kohta.

Velasquez (2002: 13) käsitleb ärieetikat järgnevalt: ärieetika on õpetus moraalsest õigest ja valest, see keskendub moraalsetele standarditele, mis esinevad ettevõtete teguviisis, institutsioonides ja käitumises. Samuti ütleb Velasquez (2002: 15), et ärieetika on õpetus moraalnormidest ning sellest, kuidas neid kohaldatakse süsteemidele ja organisatsioonidele, läbi mille kaasaegsetes ühiskondades toodetakse ja turustatakse kaupu ja teenuseid, ja inimestele, kes nendes organisatsioonides töötavad. Mahoney (1992: xi) on öelnud, et ärieetika käsitleb seda, kuidas ettevõtete tegevus on või peaks olema kooskõlastatud eetiliste tõekspidamiste ja normidega. De George (1999: 23) on

väitnud, et ärieetika kui valdkond on defineeritud läbi eetika ja äri koostoimimise. Ärieetika on rahvuslik, rahvusvaheline ja ülemaailmne nagu äri ise ja ükski geograafiline ala ei piira seda. McDaniel (2004: 22) on öelnud, et ärieetika on seotud küsimusega, mil viisil peaksid üksikisikud tegutsema organisatsioonis. Crane ja Matten (2007: 5) on toonud välja, et ärieetika on uurimisvaldkond äri olukordadest, tegevustest ja otsustest, kus võivad esile kerkida probleemid õige ja vale kohta. Gibson (2007: 6) on öelnud, et ärieetikat kui terminit võib vaadelda kaheti: esiteks kasutatakse terminit ärieetika, kui inimesed, elavad sisse oma rolli ning võtavad üle üldise moraalse käitumise ettevõttes, selle asemel et tugineda omaenda otsustele; teine arusaam ärieetikast ei erista erinevaid rolle inimeste elus ja ei nõustu sellega, et inimesed saaksid jagada oma moraalset elu eraldiseisvate osadena märgistatuna „kodu“, „pere“, „äri“ jne, millel igal juhul on erinev reeglistik. Autori arvates on ärieetika definitsioonid sarnased selle poolest, et kõik räägivad ikkagi inimeste eetilisusest, kuid ainult ettevõtte igapäevategevuse raames.

Lewis (1985: 377) on öelnud, et mõiste ärieetika pole määratletud piisavalt täpselt. Tavaliselt viitavad ärieetika definitsioonid õigele ja valele käitumisele, kuid mitte kõik inimesed pole ühel arvamisel, mis on moraalselt õige või vale, hea või halb, eetiline või ebaeetiline. Kõik ärieetika mõisted on väga abstraktsel tasandil. Autor on küll ka selle väitega nõus, kuid siiski tuleks pöörata tähelepanu asjaolule, et üldtunnustatud moraalinormid on kehtivad terves maailmas. Küll aga esineb tihtipeale kultuurilisi erinevusi, seega ei saagi autori arvates terves maailmas üldkehtivat väga spetsiifilist ärieetika mõistet luua. Kuna üheselt mõistetavat ärieetika definitsiooni ei ole veel leitud, siis tuginedes eelnevale eetika mõiste seletusele ning tõsiasjale, et ärieetika on üks eetikavaldkond, siis seletaks autor ärieetikat järgnevalt: ärieetika on eetilistest tõekspidamistest ja moraalinormidest lähtumine ettevõtete igapäevategevuses. Sellest lähtub autor ka käesolevas töös.

Erinevate autorite sõnul peetakse ärieetikat oksüümoroniks. Kuna oksüümoron on näiv vastuolu (ÕS 2006), teineteist loogiliselt välistavate mõistete ühendamise (Eesti Entsüklopeedia 2012), siis on see väide tekitanud palju kõneainet. „Kõikide riikide meedias käivad läbi äriskandaalid ning ma olen avastanud, et enamikes riikides kaldub

rahvas arvama, et äri ja eetika on vasturääkivad terminid“ (Izraeli 1997: 1557). Kui aina suurema kasumi saamine on ainus põhimõte ja eesmärk äris ja majanduslik tasuvus on peamine, mille põhjal tehakse strateegilisi otsuseid, siis lõpuks satuvad eetiline ja äriiline käitumine vastuollu (Duska 2000: 112). Ärieetika algusaegadel arvati, et ärieetika on oksüümoron. Põhjenduseks toodi seda, et äri esindajateks olid isekad praktikud, kes ei kaldunud vastu võtma akadeemilist keelt ja kriitikat ehk nad olid teoreetikute vastu. Samas ka teoreetikud põlgasid praktikuid, nimetades neid ainult kasumijahtijateks. Seega oli tegu kahe vastasleeriga ning arvati, et äri ja eetika ei sobi omavahel kokku. (Nash 2000: 277)

De George'i (A History of ... 2012) seisukoht on, et ärieetikat võis pidada oksüümoroniks üle kolmekümne aasta tagasi, tänapäeval arvatakse peamiselt siiski, et tegu ei ole oksüümoroniga. Definitsiooni järgi tähendab äri eesmärgipärast majanduslikku kasu taotlevat tegevust ja eetika on filosoofia haru, mis õpetab tegema valikut õige – vale, halva – hea vahel. Kui vaadelda neid kaht definitsiooni, ei leia me siin mingit põhimõttelist konflikti. Isegi kui me majanduslikku kasu mõistame vaid kitsalt, oma firma või isikliku kasuna, on selge, et kõige kindlamat, püsivamat ja riskivabamat kasumit annab meile tegevus, mille järele on suur ühiskondlik nõudlus, s.t kogu ühiskonnale kasulik tegevus (Meel 2000: 9).

Tõestamaks, et ärieetika ei ole oksüümoron saab näidata, et edukad ärid ei saa tänapäeval toimida ilma aususe, usalduse ja teiste austuseta. Olla eetiline tähendab olla ka aus ja usaldusväärne. Seega on õigustatud väide, et äri on peaaegu võimatu, kui inimesed ei pea kinni eetilistest põhimõtetest nagu lubaduse pidamine ja mitte petmine. (Duska 2000: 119) Nagu paljud autorid on näidanud, igapäeva ärilised tegevused nõuavad peamiste eetiliste standardite kasutamist nagu ausus, usaldusväarsus ja koostöö (Collins 1994). Äriiline tegevus oleks võimatu kui korporatsioonide juhid koguaeg valetaksid, kui müüjad ja ostjad kunagi ei usaldaks üksteist või kui töötajad kunagi ei aitaks üksteist. (Crane, Matten 2007: 4) Ka töö autor on seisukohal, et äri ja eetika ei välista üksteist, kuna äris nagu ka igalpool mujal toimub suhtlemine, tegutsemine inimeste vahel, kelle omavaheline suhtlus oleks võimatu, kui ei peetaks kinni eetilistest

tõekspidamistest. Loomulikult ei saa öelda, et äri on alati eetiline, kuid võimalus teha äri eetiliselt on autori arvates igaljuhul olemas.

Ärieetikat võib vaadelda mitmest erinevast küljest nagu eetikatki. Ferrell, Ferrell (2009: 2) on toonud välja, et ärieetikat või käsitleda nii normatiivselt kui ka deskriptiivselt ning nii mikro kui ka makro tasandil. Sellise liigituse põhjal toobki autor välja ärieetika tüübid tabelis 1.

Tabel 1. Ärieetika käsitus mikro- ja makrotasandil

	Mikrotasand	Makrotasand
Normatiivne	Väärtused, normid ja põhimõtted otsustamiseks organisatsioonides.	Normid ja põhimõtted ning õiglane majandussüsteem. Näiteks heaolu jaotus ühiskonnas.
Deskriptiivne	Eeskirjad, käitumisreeglid ja vastavussüsteemid organisatsioonidele.	Avalik poliitika ja ärieetika põhimõtete seadustesse viimine

Allikas: (Ferrell, Ferrell 2009: 2).

Tabelist 1 on näha, et normatiivset ja deskriptiivset ärieetikat saab vaadelda nii mikro kui ka makro tasandil. Normatiivne ärieetika käsitus mikro tasandil näitab, kuidas organisatsioonides peaks tuginema väärtustele, normidele ja põhimõtetele, kuid deskriptiivne käsitusviis mikro tasandil näitab, et kuidas tegelikult organisatsioonides võetakse vastu otsuseid, lähtudes paika pandud eeskirjadest ja käitumisreeglitest. Normatiivne käsitus makro tasandil seisneb normides ja põhimõtetes, millest tuleks lähtuda terves ühiskonnas, näiteks kuidas peaks heaolu ühiskonnas jaotuma. Deskriptiivne käsitus makro tasandil näitab, kuidas tegelikult avalik poliitika ja seadused reguleerivad ühiskonna toimimist.

Käesolevas töös keskendub autor peamiselt ärieetika normatiivsele käsitlusele mikro tasandil ehk käsitleb, millistele väärtustele ja normidele peaksid ettevõtted tuginema, et olla oma tegevuses eetilised.

Eelnevalt tõi autor välja peamised eetika-teooriad, millele tuginedes võiks välja kujundada käitumisstandardid, et tegutseda eetiliselt. Ärieetilisest kontekstist on enamik autoreid seisukohal, et pole olemas ühte kindlat eetika-teooriat, mis oleks sobilik kõikide äride ja ärisituatsioonide jaoks.

Samas on Bowie ja Schneider (2011: 63) toonud välja mõned olukorrad, kus sobiks kasutada eelpool toodud eetika-teooriaid:

- Teleoloogilise teooria üks haru utilitarism ütleb, et eetiline on see tegu, mis toob hüve võimalikult paljudele, see teooria sobib kasutamiseks keskkonda puutuvates otsustes.;
- Deontoloogiline õigluse teooria lähenemisviis ütleb, et kõiki tuleb kohelda võrdselt, mistõttu sobib see teooria kasutamiseks personalitöö küsimustes.;
- Vooruseetika teooria keskendub iseloomuomaduste eetilisele ning seega sobib see teooria kasutamiseks isiku (näiteks juhi või töötaja) eetilise väljaselgitamisel.

Eelnevale tuginedes teeb autor järeldused, et eetika-teooriate tundmine võib aidata eetikat puudutavates olukordades teha õigemaid ja eetilisemaid otsuseid ning sealjuures ei ole oluline lähtuda ainult ühest teooriast, vaid proovida leida parim lahendus vajadusel erinevaid käsitlusi kombineerides.

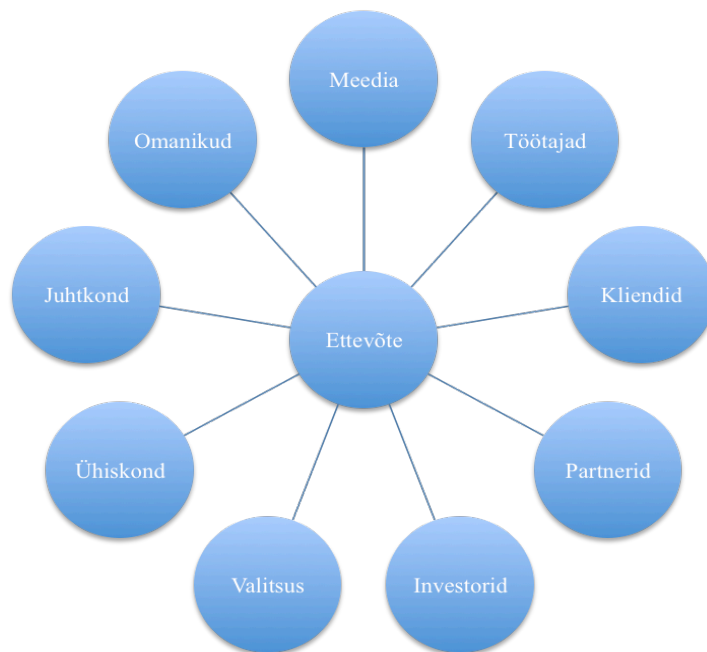
Tarbijad ja survegrupid nõuavad järjest enam, et ettevõtted leiaksid uusi viise, kuidas olla eetilised ja ökoloogilised. Samuti on organisatsioonide eetiline käitumine ka meedia suureneva tähelepanu all. (Crane, Matten 2007: 9) Autori hinnangul on tähelepanu ettevõtete ärieetilisele tegevusele üha suurenemas. Sellest tulenevalt on autori arvates oluline välja tuua, miks peaksid ettevõtted käituma eetiliselt. Järgnevalt toobki autor välja erinevate autorite arvates olulised põhjused, miks peaksid ettevõtted olema ärieetilised. Siinjuures vaatab autor peamiselt põhjuseid lähtudes ettevõttega seotud huvigruppidest ja ettevõtte enda peamise eesmärgi, kasumi maksimeerimise seisukohalt.

Põhjuseid, miks ettevõtted peaksid käituma eetilised on mitmeid. Kui vaadelda kõige üldisemalt ärieetika olulisust, siis näiteks Velasquez (2002: 41-42) on öelnud, et ettevõtted peaksid olema eetilised, kuna:

- eetika peaks kehtima kõigis inimtegevustes;
- ükski ettevõtlus nagu ka ükskõik, milline teine inimtegevus, ei saa eksisteerida ilma selleta, et inimesed oleksid sinna kaasatud ning et nad peaksid kinni minimaalsel määral eetika normidest;
- kõik ettevõtted vajavad stabiilset ühiskonda, mis võimaldaks olla jätkusuutlik;

- ettevõtted ei saa olla jätkusuutlikud eetikata, seega on ettevõtetel suur huvi edendada eetilist käitumist nii oma liikmete seas kui ka terves ühiskonnas.

Ärieetika olulisust võib vaadelda ka kitsamalt, lähtudes sellest, et ettevõtted mõjutavad oma tegevusega suuresti erinevaid huvigruppe. Huvigruppideks loetakse ettevõttega seotud üksikisikuid või nende gruppe, mis võivad mõjutada või olla ise mõjutatud ettevõtte strateegia(s)t, saavutamaks ettevõtte poolt püstitatud eesmärgid (Walters 1999: 99). Ettevõtte esmasteks huvigruppideks peetakse neid gruppe, ilma kelle osalemiseta ei ole ettevõtte pikaajaline eksisteerimine võimalik. Esmaste gruppide hulka kuuluvad omanikud, juhtkond, töötajad, kliendid, partnerid, investorid ning nn avalik grupp (keskvalitsus, kohalikud omavalitsused, ühiskond). Vähemtähtsateks ehk teisesteks huvigruppideks on meedia ning muud ettevõttega seotud spetsiaalsed huvigrupid (Clarkson 1995: 107). Kokkuvõtlikult on ettevõtete peamised huvigrupid välja toodud joonisel 3.



Joonis 3. Ettevõtte huvigrupid (autori koostatud).

Ärieetiline käitumine on suuresti seotud erinevate huvigruppidega. Ärieetilisus loob usalduse, parandab mainet, aitab kaasa heade suhete loomisele ja hoidmisele erinevate huvigruppidega, sh organisatsiooni liikmete, klientide, partnerite, omanike, investorite, pankade ja meediaga. Eetiline tegevus aitab muuta ettevõtte atraktiivseks heade töötajate leidmisel, suurendada organisatsiooni liikmete head tahet ja ettevõtte väärtust,

tõsta usaldusväarsust, hoida ettevõtet jätkusuutlikuna ja tagada pideva arengu. Eetiline käitumine ei mõjuta mitte ainult inimesi ja huvigruppe, vaid ka organisatsiooni huvisid ja pikaajalist kasumlikku tegevust. Seega lihtsalt aitab juhtida ettevõtet paremini. (Reitmann 2013: 7)

Veel üks võimalus, kuidas tõestada, et eetika on ettevõtluses oluline, on autori arvates näidata, et eetiline käitumine on seotud ka ettevõtete peamise eesmärgiga – maksimeerida omanike rikkust. Ettevõtte mainel on väga suur mõju tema suhetele töötajatega, investoritega, klientidega ja muude sidusgruppidega (Ferrell, Fraedrich, Ferrell 2012: 18). Hea maine võib olla väga võimas konkurentsieelis ja juhtida terve tööstuse tervemale ärikeskkonnale (Hartley 2005: 4). Ärieetilistest reeglitest kinnipidamine julgustab ka töötajaid sooritama tehnoloogilisi läbimurdeid (Skrabec 2003: 15).

Selleks, et tõestada, et eetilised valikud suurendavad kasumit tuleb lihtsalt leida ettevõtted, kes on käitunud eetiliselt ning samal ajal suurendanud oma kasumit. Samas ei saa näidata mõnede üksikute ettevõtete näitel, et eetiline käitumine suurendab kasumit, sest kasumit mõjutavad ka paljud muud faktorid. (Velasquez 2002: 41-42) Ettevõtted, kes on pühendunud toimima õigesti, on alla kirjutanud sotsiaalse vastutuse kokkuleppele ja kes käituvad järjekindlalt sellele vastavalt, toodavad teistest rohkem kasumit (Maxwell 2003: 22). Samas toob Maxwell (2003: 22) välja, et eetiline käitumine ei tee iseenesest automaatselt rikkaks ja edukaks. See vaid sillutab teed. Samuti toob ta välja, et võidu valem on eetika koos kompetentsiga. Kuid siiski on küllaltki palju raskusi seoses välja selgitamisega, kas eetilised ettevõtted teenivad rohkem kasumit kui ebaeetilised. Esiteks sellepärast, et eetika definitsioone on mitmeid ning ka kasumi mõõtmise viise on palju. Kuna väga paljud tegurid mõjutavad kasumi suurendamist on seega keeruline öelda, kas ettevõtte enda käitumine mõjutab kasumit või on mõjutus tulnud väljastpoolt ettevõtet. Vaatamata nendele raskustele, on läbi viidud mitmeid uuringuid vastamaks küsimusele, kas ettevõtte eetiline käitumine on korrelatsioonis kasumiga. (Velasquez 2002: 42) Tulemusi on erinevaid. Kuigi mitmed uuringud on näidanud, et eetilise käitumise ja kasumi suurenemise vahel on positiivne korrelatsioon on siiski mitmed uuringud leidnud ka, et nende vahel puudub seos.

(McGuire *et al.* 1988: 869) Tuleb ära märkida aga seda, et ükski uuring ei näita negatiivset korrelatsiooni, et ärieetika mõjuks ettevõtte kasumile negatiivselt (Alpperle *et al.* 1985: 460).

Eelpool kirjutatust lähtuvalt on autori arvates ettevõtete eetilisel käitumisel suur mõju nii ühiskonnale kui ka ettevõtetele endale. Sellest tulenevalt peaksid ettevõtted käituma eetiliselt. Väiksemgi eetiline viga võib omada väga suurt mõju tervele ettevõttele. Samas on Kanungo and Medonca (1996) välja toonud, et ettevõtted ise pole võimelised ühiskonnale ja endale tegema head või halba ning selle eest on vastutavad hoopis inimesed, kas siis töötajad või juhid. Eetilised otsused ettevõtetes on mõjutatud individuaalsetest moraalistandarditest, juhtide ja kaastöötajate mõjutustest ning üldistest reeglitest. Töötajal võivad olla küll kõrged moraalistandardid, kuid kui juhid käituvad ebaeetiliselt, siis üldiselt ei tunne ka töötajad vajadust eetiliselt käituda. (Business Ethics and ... 2014) Töötajad on küll vastutavad oma tegevuse eest, et see oleks eetiline, kuid nende tegevus ja otsused on siiski suuresti mõjutatud ettevõtte juhtide poolt. Juhid on peamised eetilise kliima ja kultuuri loojad ettevõttes. Tänu eetilisele kliimale saavad ka töötajad ettevõttes teha eetilisemaid otsuseid ning kasvab ettevõtte usaldusväärsus huvigruppide poolt. (Gökmen, Öztürk 2012: 87) Juhid peavad ettevõttes looma sellise organisatsioonikultuuri, mis väärtustab ausust, õiglust, klientide head teenindust, pühendumist ja heaks kodanikuks olemist. Seega ei ole juhtide kohustatud ainult võtma vastutust oma tegude eest, vaid tagama, et nende otsused ja teod on head nii klientide, ettevõtte kui ka terve ühiskonna jaoks. (Kooskora 2005: 4) Väga paljud uuringud on näidanud, et töötajad võtavad eeskujuks juhtide käitumise. Juhi eetiline käitumine aitab töötajatel näha oma töö tähendust, mistõttu suureneb nende motivatsioon, panus ja produktiivsus. Jagatud moraalsed väärtused, ausus, hoolivus, õiglus suurendavad ka töötajate tööga seotust. (Hartog, Belschak 2012: 36) Eetilised juhid julgustavad töötajaid käituma eetiliselt ning nende võimuses on karistada ebaeetilist käitumist. Samuti on juhtide ülesanne koostada ettevõtte eetikakoodeks või panna paika eetilised käitumisreeglid, millest töötajad võiksid juhinduda. (Mayer *et al.* 2012: 152-154)

Sellest järeldab autor, et juhtidel on väga suur roll eetilise ettevõtte kujundamisel. Autori arvates on tähtis, et juhid käituksid eetiliselt, sest oma käitumisega on nad

eeskujuks ka kõigile töötajatele ning seega on nende võimuses kujundada eetiline ettevõtte. Joonisel 4 näitab autor kokkuvõtlikult, et juhi eetiline käitumine aitab luua eetilise organisatsioonikultuuri, tänu millele on eetiline käitumine ettevõttes normiks, mistõttu on ka töötajad oma tegevuses eetilised ning ettevõtte eetiline käitumine tagab hea maine erinevate huvigruppide seas ning muudab ka ettevõtte tegevuse jätkusuutlikuks.



Joonis 4. Juhi eetilise roll ettevõtte ärieetilise juures (autori koostatud).

Alapeatüki kokkuvõtteks võib öelda, et ärieetika on eetika üks alavaldkondadest. Seega, et mõista ärieetika tähendust, tuleks kõigepealt mõista, mida mõeldakse eetika all. Kõige üldisemalt võib autori arvates öelda, eetika on teadus moraalist ehk väärtuste ja normide süsteem, mis reguleerib inimeste käitumist erinevates olukordades. Eetika käsitusviisid on peamiselt jaotatud kolmeks: normatiivne, deskriptiivne ja metaeetika. Normatiivne eetika käsitleb seda, millised peaksid maailmas olema normid ja põhimõtted, mille järgi tegutseda. Deskriptiivne eetika käsitleb uuringuid, mis on tehtud praktilises elus eetilise käitumise kohta. Metaeetika käsitleb väga abstraktselt moraali tähendust. Tänapäeval käsitletakse peamiselt kolme eetika teooriat: teleoloogiline eetika, deontoloogiline eetika ja vooruseetika. Teleoloogilise eetika põhimõtte seisneb selles, et oluline on, et saavutatav eesmärk oleks eetiline ning selle puhul ei pöörata tähelepanu eesmärgi saavutamiseks tehtava tegevuse eetilisele. Selle teooria tuntuim lähenemisviis on utilitarism, mis taotleb suurimat hüve suurimale arvule inimestele. Deontoloogia seisukohast on tegu eetiline, kui see on tehtud eetiliselt. Selle teooria peamiseks esindajaks on Immanuel Kant ning tema kategooriline imperatiiv. Deontoloogilise eetika alla kuulub ka „kuldne reegel“ – tee teistele seda, mida sa tahad, et sinule tehtaks. Vooruseetika kohaselt on inimesed eetilised ja teevad õigeid asju siis, kui neil on vooruslikud iseloomuomadused nagu headus, ausus, õiglus, kaastunne jne.

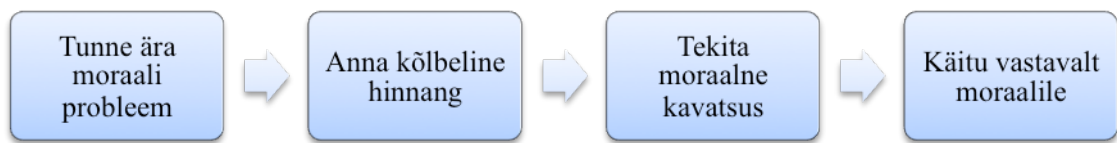
Ärieetikal kui mõistel puudub ühtne definitsioon, kuid üldiselt seletatakse ärieetikat kui väärtuste ja normide süsteemi, mis aitavad inimestel igapäevastes ärisituatsioonides

otuseid vastu võtta. Ärieetikaga seoses räägitakse sellest, kas tegu on oksüümoroniga, kuid tänaseks on enamik autoritest leidnud, et ärieetika puhul ei ole tegemist oksüümoroniga, sest ettevõtlus ei saa toimida ilma eetilisuseta. Peamiselt on kaks põhjust, miks ärieetika on oluline. Esiteks, ettevõtte on ühiskonna osa ning eetiline käitumine peaks olema terves ühiskonnas. Samuti ei saaks ükski inimtegevus toimuda, kui ei peetaks kinni elementaarsetest eetikanormidest. Ettevõtte tegevus mõjutab ka väga paljusid huvigruppe nagu näiteks töötajad, aktsionärid, kliendid ja muud huvigrupid ning erinevad uuringud on tõestanud, et ärieetika ettevõttes suurendab ettevõtte liikmete pühendumist ning klientide rahulolu. Need omakorda on oluliseks, et saavutada ettevõtte peamist eesmärki, milleks on omanike rikkuse suurendamine. Seega teiseks peamiseks põhjuseks, miks ettevõtte peaksid käituma eetiliselt ongi see, mida paljud autorid on ka tõestatud, et ärieetiline käitumine võib mõjutada kasumit. On leitud, et ärieetika ja kasumi suurendamise vahel on kas positiivne korrelatsioon või seos puudub, kuid pole suudetud tõestada, et ärieetika mõjuks ettevõtte kasumile negatiivselt. Ettevõtte juhtidel on väga suur roll ettevõtte ärieetilisuse kujundamisel, kuna juhtide eeskujul käituvad ja võtavad otsuseid vastu ka ettevõtte töötajad. Seega on juhtidel võimalus kujundada eetilist ettevõtluskultuuri ja niimoodi tagada ettevõtte ärieetilisus üldiselt.

Järgmises peatükis annab autor ülevaate ärieetika arengust, tuginedes peamiselt käsitlustele USA kohta, kuna just seal sai alguse ärieetika areng. Selles peatükis toob autor välja ka tänapäeval ettevõtetes peamised ärieetilised dilemmad.

1.2. Ettevõtluses esinevad eetilised dilemmad

Autori arvates on oluline selgitada põhjalikult ärieetika arengut, sest tänu sellele on võimalik näidata ühiskonna moraalset arengut kümnendite lõikes ning mõista, millised on ettevõtetes ja ühiskonnas kõige enam tajutud eetilised dilemmad. Rest (1986: 5) on öelnud, et “selleks, et ettevõtete juhid saaksid teadlikult langetada eetilisi otsuseid, on oluline, et nad tunneksid ära eetilise dilemma” (vt. joonist 5) Seega on autori arvates oluline välja tuua eetilised dilemmad, sest dilemmade nägemine on üheks eelduseks, et juhid saaksid võtta vastu eetilisi otsuseid. Esmalt seletab autor, mida mõistetakse üldse eetilise dilemmana.



Joonis 5. Eetiliste dilemmaade tundmise tähtsus eetiliste otsuste vastuvõtmiseks (Rest 1986: 5).

Eetiline dilemma on esile kerkinud vajadus valida vähemalt kahe, tavapäraselt teineteist eetilise seisukohalt välistava võimaluse vahel või konflikt erinevate väärtuste ja kohustuste vahel (näiteks lojaalsus ja ausus) (Eetiline dilemma 2014). Tegemist on eetilise dilemma, kui tuleb teha valik kahe võrdväärselt ebamugava alternatiivi vahel, mis võib viia konfliktini moraaliprintsiipides ja kus pole selge, milline valik on õige (Banks 1995: 12). Eetikas on moraalne dilemma ilmne või lahendamatu konflikt omavahel konkureerivate põhimõtete või kohustuste vahel. Tõsised dilemmad on siiski harvaesinevad ja enamik dilemmadena mõjuvaid juhtumeid võib taandada lahendatavateks probleemideks. (Eetikaterminite sõnastik 2013) Seega võib autori arvates pidada ärieetilisteks dilemmaadeks olukordi, mis kerkivad esile ettevõtetes igapäevatoos ning võivad põhjustada eetilist konflikti.

Ühiskonnas esile kerkinud ja kajastust leidnud ärieetilised dilemmad on peamiseks põhjuseks, miks sai alguse ärieetika laiem käsitlemine nii akadeemiliselt kui ka ühiskonnas üldiselt. Peamine ärieetiline dilemma on läbi aegade seisnenud küsimuses: „Kas ettevõtte peaks esmasena teenima kasumit või ühiskonda?”. (Merton 1976: 88) Autori arvates tõstatub see küsimus väga paljude ärieetiliste dilemmaade juures.

Kirjandusest selgub, et autorid jagavad ärieetika arenguetappe väga erinevalt. Näiteks George (A History of ... 2012) jagab ärieetika arengut kolmeks perioodiks: eetika äris, ärieetika akadeemilisel tasandil ja ärieetika kui liikumine. Samas mitmes teises allikas jagatakse ärieetika arenguetappe ajaliselt: aeg enne 1960ndaid, 1960ndad, 1970ndad ja pärast 1970ndaid. (Business Ethics Timeline 2012, De George 1987: 201). Autori arvates annab kõige põhjalikuma ülevaate ärieetika arengust kirjeldus erinevate aastakümnete lõikes. Järgnevalt toob autor välja ärieetika arengu ning sealjuures

käsitleb ka erinevatel kümnenditel esile kerkinud ärieetilisi dilemmasid. Ärieetika areng on kirjeldatud peamiselt USA põhjal, sest just sealt sai ärieetika akadeemiline käsitlemine.

Eetika on alati äriiga seotud olnud ja rääkides eetikast äris ei erine see millegi muu poolest, kui rääkida eetikast ükskõik, millises teises inimtegevuse valdkonnas. Enne 1960ndaid arutleti eetilise üle äris näiteks sellistes vaatenurkades nagu töötajate õiglane palk, töene reklaam ja ausus äritehingutes. (De George 1999: 17)

Ärieetika kui liikumine sai alguse 1960-ndatel, kui Ameerika Ühendriikides kerkisid esile sotsiaalsed probleemid seoses korporatsioonide laienemisega nagu keskkonna saastamine, nafta liigne kasutamine ja vastuseis sõjatööstusele. Korporatsioonide kasv põhjustas ühiskonnas sotsiaalseid rahutusi, sõjavastaseid emotsioone ja vanade väärtuste kõrvaleheitmist. (Business Ethics Timeline 2012)

Järjest enam kasvas avalikkuse surve, meedia kontroll ja tugevnes seadusandlus. 1964. aastal hakati pöörama tähelepanu töötajate õigustele saada võrdse töö eest võrdset tasu. (De George 1987: 203) Ärieetika areng sellel kümnendil seisnes selles, et ettevõtted hakkasid välja arendama tegevusjuhendeid ja väärtusseisukohti. Samuti sai alguse sotsiaalse vastutustundlikkuse liikumine ja korporatsioonides hakati lahendama eetikaküsimusi juriidilistes- ja personaliosakondades. (Business Ethics Timeline 2012)

1970-ndatel tekkisid suured skandaalid riigikaitse töövõtjate ja teiste suurte tööstuste hulgas, kerkisid esile kõrgendatult keskkonnaprobleemid ning avalikkus sundis ettevõtteid vastutama oma tekitatud eetiliste probleemide eest (Business Ethics Timeline 2012). Sellel ajal kujunes Ameerika Ühendriikides välja termin ärieetika. Samuti sai ärieetikast teadusharu. Norman Bowie loeb ärieetika sünniks 1974. aastat, kui peeti esimene ärieetika alane konverents Kansase Ülikoolis. Samas De George (2007) on öelnud, et pole ühtset kindlat kuupäeva ega sündmust, mida peetaks ärieetika sünniks. 1976. aastal avati Bentley Kolledži juures maailma esimene ärieetika keskus, millest sai liider, aitamaks praktikuid ärieetika programmidega (Ferrell, Ferrell 2009: 11). Ärieetika peamine areng 1970-ndatel seisnes selles, et inimesed, kes varem pöörasid

tähelepanu ainult üksikutele ärieetilistele probleemidele, hakkasid ärieetiliste põhimõtete eestseisjateks (Business Ethics Timeline 2012).

1980-ndatel arenes ärieetika järgnevalt: võeti vastu seadus *False Claim Act*, mille eesmärgiks on julgustada kodanikke teavitama neile teadaolevast riigiga seotud õigusrikkumisest (Sihver 2007: 30). Lisaks arendas Euroopa Teadusnõukogu välja USA avaliku teenistuse eetikakoodeksi (1980), Euroopa Teadusnõukogu moodustas esimese ärieetika kontori korporatsioonis General Dynamics (1985), asutati organisatsioon *Defense Industry Initiative*, mille ülesandeks oli eetika tagamine sõjatööstuses (1986) (Business Ethics Timeline 2012).

1990-ndatel tekitas globaalne laienemine uusi probleeme, suurenes mure lapstööjõu kasutamise üle kolmandates riikides, altkäemaksude andmise ja keskkonnaprobleemide suurenemine üle. Ärieetika areng seisnes selles, et arendati välja riiklikud suunised karistuste määramiseks organisatsioonides, Euroopa Teadusnõukogu arendas rahvusvahelisi eetikakeskuseid. (Business Ethics Timeline 2012).

2000-ndatel järgnes enneolematule majanduskasvule suur finantslangus, eetilised probleemid mõjusid hävitavalt mõnele väga edukale ettevõttele. Suurimad eetilised probleemid olid isikuandmete väärkasutamine, häkkerid ja andmete vargad ründasid ettevõtteid ja valitsusasutusi, esines rahvusvaheliste terroriaktide ja agressioonide levikut. Ärieetika areng seisnes 2000-ndatest alates selles, et pöörati veelgi enam tähelepanu eetikaga seotud määrustele, kasvasid korruptsioonivastased jõupingutused, pööratati suuremat tähelepanu vastutustundlikule ettevõtlusele, võeti vastu mitmed korruptsioonivastased regulatsioonid, suurem rõhk hindamaks eetika programmide tõhusust. (Business Ethics Timeline 2012).

Eelnevast järeltab autor, et ärieetiliste dilemmade teadvustamine ning esilekerkimine ühiskonnas on peamiseks ärieetika arenemise põhjuseks. Autori arvates võib öelda, et ärieetika on oluline valdkond nii teadusharuna kui ka ühiskonnas tervikuna, sest ettevõtete käitumine puudutab väga paljusid osapooli. Järgnevalt toob autor välja ülevaatliku tabeli 2 peamistest Ameerika Ühendriikides esile kerkinud dilemmadest, mis andsid tõuke ärieetika laiemale käsitlemisele.

Tabel 2. Tähtsaimad eetiliste dilemmaade põhjused ettevõtetes kümnendite lõikes

1960-ndad	1970-ndad	1980-ndad	1990-ndad	2000+
Keskkonnaga seotud küsimused	Töötajate sõjakuse kasv	Altkäemaksude ja ebaseaduslike lepingute levik	Ohtlike tööde levik kolmandates riikides	Areneva tehnoloogiaga seotud probleemid (küberkuritegevus)
Tööandja ja töötaja vahelised pingelised suhted	Inimõigustega seotud probleemid (sunnitöö, madalad palgad)	Petliku reklaami levik	Suurenenud ettevõtete vastutus oma töötajate eest	Intellektuaalse omandi vargus
Kodanikuõiguste ja rassiga seotud probleemid	Ettevõtted hakkasid probleeme „kinni määtsima“ selle asemel, et neid vältida.	Finantspettuste kasv	Finantsilised juhtimisvead ning pettused	Rahvusvaheline korruptsioon
Tööeetika muutumine	Nõuetelevastavuse ja juriidilistele väärtustele orienteeritus	Läbipaistmatuse probleemid ettevõtetes		

Allikas: (autori koostatud Business Ethics Timeline 2012 põhjal).

Euroopasse jõudis ärieetika käsitlus 1980-ndate aastate alguses (van Luijk 2001: 353). Autori arvates võib öelda, et praeguseks on ärieetika mõiste laialt levinud kogu Euroopas ning jõudnud ka Eestisse. Eesti keeles on ilmunud mitmeid õpikuid ja käsiraamatuid ärieetikast ning samuti õpetatakse ärieetikat kui õppeainet ka mitmes Eesti kõrgkoolis.

Eelnevalt tõi autor välja ärieetika arengu läbi kümnendite tuginedes peamiselt USA näidetele. Samuti tõi autor välja erinevad ärieetilised dilemmad, mis olid teatud ajal kõige suurema ühiskondliku tähelepanu all. Eelmisel alapeatükis käsitles autor juhtide olulisust ettevõtete eetilise kujundamisel. Seetõttu peab autor vajalikuks tuua välja eetilised dilemmad, mis kerkivad esile juhtide igapäevatoos.

Autor tõi varasemalt välja mõtte, et eetilised dilemmad on üldiselt põhjustatud küsimusest, kas tähtsam on teenida kasumit või teenida ühiskonna (sh erinevate huvigruppide) huve. Seega tuleb ettevõtluses tihti otsustada, et kas järgitakse eelkõige omanike, klientide, keskkonna või hoopis töötajate huvisid teiste osapoolte arvel.

Ettevõtte omanikke huvitab eelkõige kasum, selle suurendamiseks võib näiteks ettevõtte tõsta oma toodete/teenuste hindu (kahjulikum kliendile), maksta vähem töötasu (kahjulik töötajaile) või hoopis jätta täitmata mõned kulukad keskkonnanõuded (kahjulik keskkonnale). Teisalt võib selline tegevus viia klientide kadumise, töötajate kehva töömotivatsiooni või kopsakate keskkonnatrahvideni. Tänapäeval on erasektori juhtide peamised eetilised dilemmad seotud töötajatega (võrdne tasustamine, diskrimineerimine), klientidega (toodete tõese info avaldamine, toote/teenuse kvaliteet, eetiline reklaam, diskreetsus), konkurentidega (hinnakujundus, suhted konkurentidega), riigiga (maksude maksmine), partneritega (kokkulepetest kinnipidamine, kohustuste täitmine, koostöö). (Tuisk 2014)

Järgnevalt toob autor kokkuvõtte peamistest eetilistest dilemmadest erinevate huvigruppide lõikes, tuginedes erinevate autorite töödele (Business Ethics and ... 2014; Parboteeah, John B. Cullen 2012: 161-230; Paying late 2014):

- ettevõtte töötajatega on värbamine ja vallandamine, võrdõiguslikkus, seksuaalne ahistamine, pealekaebamine, intellektuaalse omandi vargus, kommunikatsioon, ettevõtte asjade kasutamine isiklikuks otstabeaks.;
- tarbijatega on turundus (hinnakujundus, reklaam), toodete/teenuste tõese info avaldamine, toodete turvalisus, kliendiandmete käitlemine.;
- partneritega on tähtaegadest kinnipidamine (maksed, kauba kohaletoimetamine, teenuste osutamise õigeaegsus), ausus (toodete/teenuste tõese info avaldamine), sobimatud kingitused.;
- konkurentidega on toodete kopeerimine, klientide ülevõtmine, valepakkumiste esitamine, hinnakujundus, töötajate ülevõtmine, info ostmine.;
- ühiskonnaga on korruptsioon, keskkonna saastamine.

Käesoleva alapeatüki kokkuvõtteks võib öelda, et eetika on olnud äris sama kaua kui on eksisteerinud äri. Ärieetika kui liikumine sai alguse Ameerika Ühendriikides, kui 1960-ndatel kerkisid ühiskonnas esile sotsiaalsed probleemid. Kuigi varasemalt oldi palju räägitud eetikast äris, sai ärieetika mõistena populaarseks 1970-ndatel seoses esimese eetikakeskuse avamisega ja ühiskonna suurenenud rahulolematusega ettevõtete tegevuse suhtes. Järgnevatel aastakümnetel suurenes rahulolematuse seoses globaliseerumisest

tingitud probleemidega, mis suurendasid ärieetikale pööratud tähelepanu veelgi enam. Ärieetika jõudis Euroopasse 1980-ndatel ning praeguseks on ärieetika käsitus laialt levinud kogu maailmas. Kuna juhid mõjutavad suuresti oma käitumise ja otsustega ka teisi ettevõtte töötajaid, siis on juhtidel väga suur roll ettevõtte eetilise kujundamisel. Eelmises alapeükis tõi autor välja selle, et ettevõtted on ühiskonna osa ja oma käitumisega mõjutavad nad erinevad ettevõtetega seotud huvigruppe nagu näiteks töötajad, tarbijad, konkurendid, partnerid ja ühiskond tervikuna. Selles alapeükis tõi autor välja ka peamised eetiliste dilemmaade põhjustajad erinevate huvigruppide lõikes.

2. ÄRIEETIKA TAJUMINE EESTI ERASEKTORI JUHTIDE SEAS AASTATEL 2011 – 2014

2.1. Uurimismetoodika

Resti (1986: 5) teooria kohaselt (vt. joonis 5) saavad ettevõtete juhid teha teadlikult eetilisi valikuid ainult siis, kui nad teavad, mida ärieetika tähendab ning tunnevad ära igapäevaselt äritegevuses esile kerkivaid eetilisi dilemmasid. Seetõttu on autori arvates oluline välja selgitada, kuidas ettevõtte juhid oskavad seletada, mida tähendab ärieetika ning kuidas nad näevad igapäevatoos esilekerkivaid eetilisi dilemmasid. Autori arvates on eelnevad käsitlused ärieetika kohta Eestis puudutanud seda teemat peamiselt kitsamate valdkondadena näiteks nagu sotsiaalne vastutustundlikkus, diskrimineerimine, töökiusamine, ebaaus konkurents, kuid pole töid, mis käsitlevad ärieetika tähenduse tajumist nagu käesolevas töös.

Selgitamaks välja ärieetika tajumist Eesti erasektori juhtide seas, analüüsis autor aine ettevõtluse alused raames tudengite läbi viidud intervjuusid (juhendaja dotsent Made Torokoff-Engelbrecht). Intervjuud on tehtud aastatel 2011 – 2014 Eesti erinevate tegevusalade (hotellindus, lennundus, toitlustus jt) ettevõtete juhtide seas. Intervjueerija sai ise otsustada, keda ta intervjueerib ning töö autoril ei olnud selle üle mõju. Valimis on nii väikeste kui ka suurte ettevõtete juhte. Juhid on erineva vanuse ja tööstaažiga ning vastajate seas on nii nais- kui meessoost juhte. Autor ei too käesolevas töös välja intervjuude vastuseid vastajate tegevusvaldkonna, soo, vanuse vms põhjal, sest eelkõige huvitab autorit ettevõtete juhtide ärieetika tajumine üldisemalt ning detailsemat analüüsi on võimalik teha tulevikus.

Intervjuud viidi läbi enamasti silmast-silma, kuid oli ka telefoniintervjuusid ning mõni üksik intervjuu tehti ka Skype'i teel. Intervjuusid oli kokku 137, millest autor pidi leidma uurimistöö probleemi lahendamisel kaasa aitavad vastused. Autor selekteeris

välja 101 intervjuud, mis sisaldasid vastuseid küsimusele, “Mida tähendab Teie kui ettevõtte juhi jaoks ärieetika” (vt. lisa 1) ning 36 intervjuud, mis vastasid küsimusele “Milliseid eetilisi dilemmasid on Teil esinenud igapäevatoos?” (vt. lisa 2). Siinkohal tuleb ära märkida, et nendest intervjuudest jäid kõrvale üksikud vastused, millest ei olnud autoril võimalik aru saada. Intervjuude vastuste analüüsimiseks moodustas autor iga küsimuste vastuste jaoks kategooriad. Vastused küsimusele “Mida tähendab Teie kui ettevõtja jaoks ärieetika” jagati kategooriatesse ärieetika võimalike tähenduste põhjal, mis olid kirjeldatud teoreetilises osas. Kuna teooria kohaselt tekivad ärieetilised dilemmad peamiselt ettevõtte (juhi) ja huvigruppide vahel, siis vaatleb autor ka intervjuude vastuseid küsimusele “Milliseid eetilisi dilemmasid on Teil esinenud igapäevatoos?” dilemmade kohta huvigruppide lõikes. Autori arvates võib öelda, et andmeid on piisavalt ning nad on ka usaldusväärsed, et saada uurimiseesmärgile adekvaatsed tulemused. Järgnevalt analüüsib autor intervjuude tulemusi.

2.2. Ärieetika tajumine läbi ärieetika mõiste selgitamise

Esmalt toob autor välja intervjuude vastused küsimusele, mis on ärieetika (vt. lisa 1). Antud juhul ei ole vastused üksteist välistavad, seda sellepärast, et võimalikult täpselt anda edasi vastuste sisu. Üks vastaja tõi üldjuhul välja mitu tema meelest ärieetikat kõige paremini iseloomustavat märksõna. Näiteks, üks vastanutest ütles, et ärieetika seostub moraalsete põhimõtetega, aususega, usaldusväärsusega ja viisaka käitumisega, kuid samas mõni teine vastaja tõi välja, et ärieetika seostub ainult viisaka käitumisega ning lubadustest ja kokkulepetest kinnipidamisega, mis samuti kuuluvad moraalsete põhimõtete alla, kuid ei iseloomusta ärieetikat samahästi. Seega ei ole võimalik jaotada vastuseid nii, et nad oleksid üksteist välistavad. Kuna intervjuu vastuste puhul on tegu nominaalsete väärtustega, siis tulemuste analüüsimiseks võrdleb autor korduvate vastuste arvu.

Kõige sagedamini vastasid intervjuueeritavad, et ärieetika tähendab nende jaoks ausust. Seda vastas 43 inimest. Enamasti vastati küsimusele lihtsalt „*ausus*“. Toodi ka välja ausust klientide, konkurentidega, töötajatega ja äripartneritega. Näiteks, et „*ei tohi pakkuda turul ebaausat konkurentsi*“, tuleb „*pakkuda kliendile täit informatsiooni*“, on oluline „*ausus nii klientidega suhtlemises kui ka firmasiseselt*“, „*äripartnerite vaheline*

ausus on väga oluline“. Aususe all on mõeldud ka seda kui vastanu ütles, et „*ei valeta*“, tuleb „*teha alati oma tööd ausalt*“. Samuti vastati, et „*ebaausalt tegutsedes pole ettevõtte jätkusuutlik ning mingil hetkel tuleb ebaaus tegutsemine välja ning rikub kindlasti ettevõtte mainet*“.

Lubadustest ja kokkulepetest kinnipidamist seostasid ärieetikaga 32 inimest. Toodi välja, et „*kui ma olen oma sõna andnud, siis ma seda ka pean*“, mõned intervjuueeritavad tõid välja, et nende jaoks on „*lubadusest kinnipidamine ärieetikas kõige tähtsam üldse*“ ning sealjuures öeldi, et „*pole vahet kas kokkulepped on sõlmitud suusõnaliselt või kirjalike lepingutega*“, lubadustest kinnipidamine tähendab intervjuueeritavate sõnul ka seda, et „*ei anta katteta lubadusi ja ei hakata ennast kuhugi peitma*“. Selle märksõna all mainita ka, et „*saadud tellimused tuleb täita kokkulepitud ajaks*“ ning ka seda, et „*kui ei suudeta kliendi jaoks tähtaega tagada, siis tööd vastu ei võetagi*“ ning et „*ei tasu võtta liigseid kohustusi, millega ei pruugi hakkama saada*“. Kokkulepete täitmiseks võib pidada ka seda, et „*töö hinnas lepitakse enne tööd kokku ning pärast töö tegemist küsitakse ka kokkulepitud hinda mitte kõrgemat hind*“. Öeldi, et „*kokkulepetest kinnipidamine on oluline ka siis, kui need võivad kahjulikuks osutuda, sest sellised kokkulepped loovad usalduse ja toovad kaasa pikaajalised suhted*“. Lubadustest ja kokkulepetest kinnipidamisega seostati ka kohustused, vastutus ja õigused. Näiteks toodi välja, et „*ärieetika seisneb võetud kohustuste ja vastustuse tunnustamises*“.

Järgmiseks seostati ärieetikaga reegleid, standardeid ja koodekseid – seda vastas 12 intervjuueeritavat. Tegu on autori hinnangul ilmselt kõige parema vastusega, kuna see vastab peaaegu, et täielikult ärieetika definitsioonile. Mainiti, et „*reeglid võivad olla nii kirjalikud kui ka kirja panemata*“. Mõned vastajad mainisid ainult ühte nendest sõnadest, kuid mõni vastaja oli ka väga põhjalik nagu näiteks „*ärieetika tähendab minu jaoks igasuguseid üldiseid reegleid ehk kõlblust, norme: ausust, selgust, korrektset ja viisakat käitumist*“, samuti vastasid intervjuueeritavad lihtsalt reeglid, mistõttu pole autori arvates päris selgelt öeldud, kas mõeldi moraalinorme või reegleid, mis tulenevad õigusnormidest. Seega ei saa autori arvates kindlalt väita, et 12 vastanut, kes seostas ärieetikaga reegleid on ärieetilise mõtteviisiga.

11 ettevõtte juhti märkis ärieetikaks korras raamatupidamist ja makstud makse. Eetilise käitumisega seostati deklaratsioonide täitmise tõeste andmetega, töötajatele mitte ümbrikupalga maksmist ning muude maksude tasumist. Üks vastaja pidas ebaeetiliseks näiteks „skeemitamist ja vangerdamist“ ning ütles, et „see on viis, kuidas rohkem raha teenida ning väitis, et seda teised ettevõtjad kasutavad“. Mainiti ka seda, et „tuleb maksta makse, kuna muidu tulevad sekeldused maksuametiga“. Sellisel vastusel on autori arvates vähe seost ärieetilise mõtlemisega ning pigem seostaks autor seda õigusnormidest kinnipidamise kohustusega.

11 vastajat pidas ärieetikaks ka õiglust ja võrdsust. Mainiti võrdseid reegleid, võrdset konkurentsi ning peeti oluliseks ka seda, et „kõik tehingu osapooled peavad võitma“.

Kaheksa vastanut seostas ärieetikaga ka usaldusväärsust. Toodi välja, et „usaldus on kõige olulisem, eriti siis, kui pole sõlmitud ühtegi lepingut“. Samuti mainiti usaldust ka äripartnerite vahel, „tänu millele on saavutatud edu“. Mõne vastanu arvates põhinebki äri usaldusel ning seetõttu on see ärieetika juures ka kõige tähtsam.

Järgmisena peetakse ärieetikaks konkurentidega arvestamist, seda vastas seitse inimest. Enamik vastajatest toob olulisena välja austust konkurentide vahel ning peab peamiseks probleemiks üksteisele kaigaste kodaratesse viskamist – üks vastanu täpsustas, et „kaikaid kodaratesse paigutajad on juba eos kaotajad“. Mainiti ka konkurentsialaseid reegleid.

Kuus inimest peab ärieetikaks isiklikku südametunnistust. Toodi välja, et „ei tohi vastuollu minna oma südametunnistusega ning et peab olema hea tunne“. Üks vastanutest väitis, et „äri tuleb ajada nii, et ei peaks kellegi ees häbenema“, teine vastaja leidis, et „kõik mis sa teistele teed, tuleb endale tagasi“.

Nagu ka autor teoreetilises peatükis välja tõi on eetika üheks põhiliseks teooriaks on „kuldne reegel“, mis ütleb, et tee teistele seda, mida sa tahad, et sinule tehakse. Autori jaoks on huvitav, et ainult viis inimest seostas ärieetikat „kuldse reegluga“. Autor tõi teoreetilises käsitluses välja, et „kuldset reeglit“ ehk mõtet „tee teistele seda, mida sa tahad, et sinule tehtaks“ peetakse üheks eetilise käitumise mõõdupuuks. Seega võiks see

tegelikult olla üks kõige esimesi universaalseid märksõnu, mida siduda eetilise käitumisega, isegi siis, kui ärieetika tähendus pole päris selge.

Viis inimest peab ärieetikaks seadusi ehk õigusnorme. Näiteks peeti ärieetiliselt „*mitte varastamist*“, kuid see toodi välja mitte sellepärast, et mõeldaks eetiliselt, vaid et sellised teod on seadustega lubamatud ning seega karistatavad. Vastati ka „*seadustest tulenevate kohustuste täitmine*“ ning öeldi, et „*mitte mingil juhul ei tohi minna vastuollu seadustega, sest see on ebaeetiline*“.

Lisaks eelpool toodud märksõnadele, peeti ärieetikaks ka viisakat käitumist (viis inimest), austust (neli inimest), häid suhteid inimeste vahel (neli inimest), toote/teenuse kvaliteeti (neli inimest). Veel vähemal määral vastati lojaalsust (kaks inimest), väärtushinnangute kogumit (kaks inimest) ja moraalsed põhimõtted, mis on inimeses endas aja jooksul arenenud (kaks inimest), hoolivust (1 inimene). Kõigest üks inimene vastas, et ärieetika vastab küsimusele, mis on õige ja mis on vale teatud situatsioonides. Üks inimene vastas sotsiaalse vastutustundlikkuse väärtustamine. Kaks viimast väljatoodud vastust on autori arvates taaskord suhteliselt üllatavad oma väheste pakkumiste poolest, kuna eelnevad peatükis välja toodud teooria kohaselt peaksid olema just need kaks omadust peamised, millega iseloomustatakse ärieetika olemust. Kolm intervjuueeritavat ei osanud aga üldse öelda, mida ärieetika nende jaoks tähendab.

Autor toob intervjuude vastused küsimusele „Mida tähendab Teie kui ettevõtte juhi jaoks ärieetika“ kokkuvõtvalt tabelis 3. Tabelis 3 on näha ärieetikaga seostatud märksõnad ja neid märksõnu vastanud inimeste arv. Lisaks sellele on tabelis märgitud ka tulpdiagramm, mille abil ülevaatlikult milliseid märksõnu kõige rohkem ja kõige vähem vastati (vt. lisa 1).

Tabel 3. Kokkuvõtte vastustest küsimusele „Mida tähendab Teie jaoks ärieetika?“

Reeglid, standardid või koodeksid	12
Moraalsed põhimõtted, mis on inimeses endas aja jooksul arenenud	2
Mis on õige ja mis on vale teatud situatsioonides	1
Sotsiaalne vastutustundlikkuse väärtustamine	1
Õiglus, võrdsus	11
Kuldne reegel	5
Usaldusväärsus	8
Ausus	43
Väärtushinnangute kogum	2
Isiklik südametunnistus	6
Legaalsus	5
Korras raamatupidamine/maksud	11
Konkurentidega arvestamine	7
Inimeste vahelised suhted	4
Lubadustest ja kokkulepetest kinnipidamine	32
Austus	4
Hoolimine	2
Ei oska öelda	3
Viisakas käitumine	5
Toote/teenuse kvaliteet	4
Lojaalsus	2

Allikas: (autori koostatud).

Tabelis 4 on välja toodud, millisele eetika teooriale intervjueritavate vastused kõige enam viitavad. Selles tabelis on ainult need intervjuude väljavõtted, kust selgub vastavus eetikateooriale. Teoorias tõi autor välja kolm peamist eetikateooriat: vooruseetika (tegija vooruslikkusele suunatud), deontoloogiline (tegevusele endale suunatud, teo sisemisele väärtusele suunatud), teleoloogiline (tegude tagajärgede hindamine).

Tabel 4. Teooriad, mille läbi ärieetikat defineeritakse

Näitlikustavad väljavõtted intervjuudest	Vastavus eetikateooriatele
“Ausus, õiglasus.”	Vooruseetika
“Eelkõige tuleb olla aus nii klientidega kui ka konkurentidega.”	Vooruseetika
“tuleks jääda aumeheks”	Vooruseetika
“võrdsed reeglid”	Deontoloogiline
“ausus ja konkurentidega arvestamine”	Deontoloogiline
“Ärieetika tähendab seda, et ei valeta, ei varasta ja pead oma	Deontoloogiline

sõna.	
“Lojaalsuses kliendile”	Vooruseetika
“Lihtsaim vastus on: teha alati oma tööd ausalt.”	Deontoloogiline
“Pakkuda kliendile ikka täit informatsiooni kõigi asjade kohta.”	Vooruseetika
“Minu jaoks on kõige olulisem lubaduste täitmine. Sest kõige hullem on see, kui ei täideta lubadusi ja ei tunnistata vigu.”	Vooruseetika
“Lubadustest ja tähtaegadest kinnipidamine.”	Teleoloogiline
“Minu jaoks on eetiline see, et inimene vastutab selle eest, mida ta räägib, ei anna katteta lubadusi, kui midagi kokku lepitakse, siis see on nii ning kui midagi läheb halvasti, siis ei hakata ennast kuhugi peitma.”	Vooruseetika
“ei lähe vastuollu oma tõekspidamiste ja südametunnistusega. Ehk siis ausus, usaldusväarsus, oma lubaduste pidamine, heauskne käitumine, hoolimine.”	Vooruseetika
“Kui midagi lubad, siis täida oma lubadus.”	Teleoloogiline
“Pakkuda kohalikele inimestele ja ettevõtetele kvaliteetset kaupa konkurentsivõimeliste hindadega, olgu selleks siis kütus või jaekaubad.”	Teleoloogiline
“korrektsus, see tähendab saadud tellimused tuleb täita kiiresti, õigeaegselt ja kvaliteetselt ning klient peaks tasuma kauba eest kokku lepitud ajal.”	Teleoloogiline
“ausust, selgust, korrektset ja viisakat käitumist jms”	Vooruseetika
“kui midagi lubad, siis pead sellest ka kinni pidama. Võrdlemisi ausalt asju ajama.”	Deontoloogiline
“Tuleb jääda ausaks, endale kindlaks, olla õiglane ja viisakas.”	Vooruseetika
“See on aus, viisakas ja usaldust tekitav suhtumine oma teenuse tarbijasse.”	Vooruseetika
“Ettevõtlusega on niimoodi, et peab tegema täpselt nii, et	Deontoloogiline

teistele paha ei teeks”	
“Ma olen oma elus lähtunud mõttest, et tee teistele seda, mis sa tahad, et sulle tehtaks. Eks sealt tuleb ka see ärieetika.”	Deontoloogiline
“Minu seisukoht on, et kui midagi müüa, siis klient peab lõpuni aru saama, mille eest ta maksab.”	Deontoloogiline
“Aus peab olema, sest ma usun karmasse.”	Vooruseetika
“Tellijale tuleks täita kõik oma lubadused, seejuures kinni pidada tähtaegadest ning probleemide ilmnemisel tellijat teavitada.”	Teleoloogiline
“Meie väärtusteks on olla aus, avatud ja inimlik.”	Vooruseetika
“Öeldakse, et ära tee teistele seda, mida sa ei taha, et sulle tehakse.”	Deontoloogiline
“Kokkulepetest kinnipidamine (ka siis kui need võivad kahjulikuks osutuda) ja lojaalsus.”	Vooruseetika
“Ärieetika on minu jaoks isiklike väärtuste ning tõekspidamiste kogum, millest pean kinni äritegevuse käigus.”	Vooruseetika
“Põhiline on see, et midagi ei tohi kliendile müüa, kui näed, et tal seda vaja pole.”	Deontoloogiline
“Ärieetika on minu jaoks vastutus, ausus, lubadustest (lepingutest) kinnipidamine, optimaalse lahenduse leidmine, nii et mõlemad osapooled jäävad rahule”	Vooruseetika
“Olla oma tegevuses ja otsustes aus nii oma kolleegide kui klientide suhtes.”	Vooruseetika

Allikas: (autori koostatud).

Autori hinnangul võib tabeli 4 põhjal öelda, et Eesti ettevõtte juhtide vastuste põhjal öelda, et peamiselt käsitlevad juhid ärieetikat vooruseetika teooria järgi ehk peavad tegu eetiliseks, kui selle tegija on vooruslik (vt. vooruseetika käsitus lk 10). Seda järeldeb autor ka sellest, et vastustena on väga palju toodud välja väga palju isikuomadusi nagu ausus, isiklikud väärtused, lubadustest kinnipidamine, õiglus, viisakus, korrektsus,

hoolimine. Mõned vastused nagu võrdus, ausus, õiglus suhetes klientidega ja koostööparnetritega, seda võib teooria kohaselt lugeda deontoloogiliseks käsitluseks. Autori hinnangul on väga vähesed vastused seotud teleoloogilise käsitlusega, mille kohaselt on tegu eetiline siis, kui selle teo tagajärg on eetiline ja sealjuures pole oluline, kas tegu tehes ollakse eetiline või mitte. Peamiselt puudutasid seda teooriat vastused lubadustest kinnipidamise kohta.

Kokkuvõtteks julgeb autor väita, et kuna tegu on piisavalt suure valimiga ehk 101 intervjuu vastust, siis võib autori arvates teatud ettevaatusega üldistada, et Eesti ettevõtjad ei ole päris kindlad ärieetika tähenduses – seda sellepärast, et enamasti intervjuueeritavad oskasid välja tuua mõned märksõnad, mis on seotud ärieetika definitsiooniga ning väga vähe oli neid, kes oskasid ärieetika sisu laiemalt defineerida. Autori jaoks oli üllatav, et väga vähesed intervjuueeritavad vastasid selliseid märksõnu nagu „kuldne reegel“, mis teooria kohaselt on üheks kõige praktilisemaks ärieetilisuse mõõdupuuks. Samuti märkis ainult üks vastanutest ära sotsiaalse vastutustundlikkuse, mis on tänapäeval üheks populaarsemaks ärieetika valdkonnaks. Peaaegu, et kõige vähem seostati ärieetikaga kolme peamist ärieetika märksõna nagu moraalsed põhimõtted, õige ja vale käitumine teatud situatsioonides ning väärtushinnangud. Kuigi vastused olid üldiselt pikad, osati välja tuua ainult mõned märksõnad, mis puudutasid osaliselt väärtushinnanguid (nt austus), moraalseid põhimõtteid (nt viisakas käitumine) ning õiget ja valet teatud situatsioonides (nt ausus). Samas öeldi ka autori arvates täiesti valesid vastuseid nagu näiteks legaalsus, mida teooria kohaselt ei saa pidada ärieetiliselt käitumiseks.

2.3. Ärieetika tajumine läbi eetiliste dilemmaide äratundmise

Selgitamaks välja Eesti ettevõtjate ärieetika tajumist, on autori arvates oluline uurida, lisaks selle, kuidas ettevõtete juhid oskavad seletada ärieetika kui mõiste tähendust ka seda, kuidas ettevõtete juhid tajuvad ärieetilisi dilemmaid igapäevatoos (vt. lisa 2). Autori arvates aitab see hästi hinnata ettevõtete juhtide teadmisi ärieetikast, kuna tihti ollakse teadlikud, mida teooria räägib, kuid praktilises elus neid teadmisi kasutada ei osata.

Kuna teoreetilises osas tõi autor välja, et enamasti on ärieetilised dilemmad seotud erinevate huvigruppidega, siis ka käesolevas alapeatükis käsitleb autor ärieetilisi dilemmasid huvigruppide lõikes. Huvigruppideks on riik (ühiskond tervikuna), ettevõtte töötajad, konkurendid, kliendid ja partnerid. Tabelis 5 toob autor välja arvuliselt, milliseid ärieetilisi dilemmasid esineb ettevõtjate sõnul erinevate huvigruppide lõikes ning märgitud tulpdiagrammil on näha, milliste huvigruppidega esineb dilemmasid juhtide sõnul kõige sagedamini.

Tabel 5. Ettevõtete juhtide igapäevased ärieetilised dilemmad huvigruppide lõikes

Riigiga seotud dilemmad	9
Töötajatega seotud dilemmad	8
Konkurentidega seotud dilemmad	4
Klientidega seotud dilemmad	11
Partneritega seotud dilemmad	6
Oli ka selliseid vastuseid, kus kindlaid sidusgruppe ei mainitud	10

Allikas: (autori koostatud).

Riigiga seotud ärieetilisest dilemmadest mainiti kõige enam maksudest maksmisest hoidumist üldiselt ning täpsemalt toodi välja ka ümbrikupalkade maksmine ja käibemaksu varjamine. Näiteks toob üks intervjuueeritav välja dilemma maksudest hoidumise kohta, et „tuleb mõelda välja mõningaid viise, kuidas mööda laveerida või pigem kulutada see aeg oma toote/teenuse arendamisele“. Üks vastajatest kasutab mõistet „loominguline raamatupidamine“ ning ühe vastanu sõnul tal „kripeldab, et varem nii palju makse maksis“. Ümbrikupalga maksmist põhjendatakse sellega, et „sellisel viisil hoitakse kokku suuri summasid maksude pealt“. Üks vastaja tõi välja, et ta on olnud dilemma ees, „kas varjata käivet“.

Töötajatega seotud ärieetilisest dilemmadest mainiti töötajatega seotud dilemmasid üldiselt, töötajate vallandamist, palga maksmist ja palkamist. Näitena võib tuua, et ühe vastanu sõnul on kõige raskemateks eetilisteks dilemmadeks töötajate lahtilaskmine. Dilemma on tekkinud ka „klienditeenindajaga, kes on kahjustanud oluliselt ettevõtte mainet, samas on seadustes toodud töötajate õigused ning raske on nõuda töötajalt kahjutasu või teda kiiresti lahti lasta“. Dilemmasid põhjustavad ka „töötajad, kes õhutavad kollektiivi üles“. Üks töötajatega seotud dilemma on seotud palkamisega: „mis

teha, kui tuttavad tulevad tööd küsima, eriti keeruline on veel siis, kui on teada, et see inimene ei saa selle tööga hakkama“.

Konkurentidega seotud eetilistest dilemmaadest toodi välja konkurentidega seotud dilemmaad üldiselt, suhted konkurentidega, hinnapoliitika ja tööjõu värbamine konkurentidelt. Näiteks toob üks vastaja välja, *„et pakkuda parimat oma toitlustusettevõttes, on oluline ka väga heal tasemel tööjõu olemasolu. Tööjõu värbamist konkurentidelt tuleks siiski pigem vältida, sest seda võtet võivad ka konkurendid ka vastu kasutada. Kuid kõike annab teha viisakalt ja pealetükkimata ning sellist lahendust on ta tegevjuhina ka kasutanud.“*

Klientidega seotud eetilistest dilemmaadest mainiti klientidega seotud suhted üldiselt, kas müüa kliendile, kes pole tähtaegselt maksnud, alkoholimüük, toote/teenuse kvaliteet, müügi protsess, diskreetsus. Näiteks ühe intervjuueeritava sõnul tekib dilemma *„rahuldamatute klientidega, kes on sellised loomu poolest. Kogu ettevõtte tegevuse korrektsust ja õiglust silmas pidades, peab ikka kliendile järele andma. Eetiliselt õige on see, et kliendil on alatai õigus – tuleb paluda vabandust ja lisaks veel teha mingi kompensatsioon. Samas oleks õige see vastik klient sõnadega paika panna ja olla kindel, et ta tuleb tagasi, sest enda kvaliteedis ja standardites saame olla kindlad.“* Paljud intervjuueeritavad räägivad dilemmaadest, mis on seotud kvaliteediga näiteks nagu, *„mida teha kalli toorainega, mille kuupäev äsja lõppes“.* Ühe vastanud sõnul võib dilemma tekkida selles, *„kas näiteks võtta tellimused vastu, kui tootmismahd ei luba kvaliteeti tagada.“* Müügi kohta: *„kas toote tutvustamisel tuua välja toote parimad pooled ja jätta halvimald märkimata või neid ilustada.“* Teine vastanu tõi välja müügi kohta käiva dilemma selliselt, et *„juhatuse soov on müüa kliendile võimalikult kalleid teenuseid, kuid tegelikult võiks müüa neid teenuseid, mis kliendile kõige rohkem sobivad“.* Diskreetsuse kohta on üks äärmuslik näide: *„härasmees viibib reisil naisega, kes ei ole tema seaduslik abikaasa, kindlustus on mehel olemas. Hiljem tekib probleem, sest meest tahavad mätta nii tema abikaasa kui ka reisikaaslane. Olukorra lahendamiseks oli kõige õigem asju ajada mehe täiskasvanud pojaga, kes ei olnud kummagi naise seaduslik laps.“*

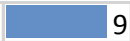



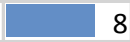


























Partneritega seotud dilemmadena toodi välja partneritega seotud dilemmad suhted, kohustuste täitmist, emattevõttega seotud dilemmad ja kõige enam koostöö lõpetamist. Koostöö lõpetamise kohta on märgitud näiteks dilemma toote brändi ja maaletooja vahetamisega, kuna ei olda rahul eelmisega – „*kuidas see otsus eelmisele partnerile teatavaks teha ja kas üldse teha.*“ Üks ilmekas näide sellest, kuidas koostööpartner majandusolukorra muutudes tahab lepingut lõpetada: „*Üks vaheetapp oli muidugi, mis röövis aasta meie projektist. Oli kohtuvaidlus ruumide omanikfirmaga. Me saime need esialgsed ruumid kätte majanduslanguse tippajal ja aasta ajaga oli olukord turul nii palju muutunud, et tekkisid inimesed, kes nägid neid ruume juba hoopis teises valguses, kui nad olid siin mitmeid aastaid seistes olnud. Ja kui meil juba äri käis ja juba olime siia rahva sisse toonud. Oli julgeid, kes tahtsid asja üle võtta ja suruda siia oma ideid. Pakuti umbes kolmekordseid rendihindu, et meist lahti saada. Öeldakse, et äri on äri ja rendileandja hakkaski tegema kõik selleks, et meist lahti saada, et anda ruum kallimalt välja. Loomulikult ei olnud me sellega nõus ja selle asemel et alla anda me otsustasime võidelda. Kas surm läbi võitluse või surm vabatahtlikult. Me valisime surm läbi võitluse. Selle lahingu me võitsime. Aasta võttis aega aktiivselt ja teine aasta oodates kohtusse minemist, kuni see asi siis enne kohtuistungit siis üldse kokkuleppel lõpetati ära.*“ Üks näide ka pikaajalistest koostööst, kus tekib dilemma, kas lõpetada see või mitte: „*Tooraine ostu puhul, mõned aastad tagasi, krooniajal, tulid ühed mehed pakkuma meile Poola marju. Kuna Poola on meist lõunas, saab seal saak varem valmis. (Muide nii on meil ka Eestis: kõige varasemat saaki saame Räpinast. Alles hiljem saame saaki Kesk-Eestist.) Poola marju pakuti ka kroon odavamalt, kuid lükkasin pakkumise tagasi. Nimelt on palju kohalikke kasvatajaid, kes kasvatavad marju, et müüa seda hiljem moositööstusele. Moosi-ja kontsentraaditootmise alguses rajasid inimesed ise marjaaedu ning müüsid saadusi tooraineks. See süsteem ning vanad tutvused on säilinud tänaseni. Ma poleks saanud toona öelda meie kasvatajatele, et sel aastal me teie marju vastu ei võta. Vanad tutvused kaaluvad odava tooraine üles.*“

Lisaks huviruppidega seotud dilemmadega oli ka vastuseid, kus kindlaid huvigruppe ei mainitud. Näiteks petmine, valetamine. Lisaks vastas kolm inimest, et neil ei esine üldse ärieetilisi dilemmasid ning ainult üks intervjuueeritav vastas, et ärieetilised dilemmad

esinevad ettevõttes iga päev, mida võib teooria kohaselt lugeda autori arvates kõige õigemaks vastuseks.

Autor toob tabelis 6 välja ettevõtjate ärieetilised dilemmad vastanute arvudega (vt. lisa 2). Sealt on näha, milliste huvigruppidega esineb kõige enam dilemmasid ning kuidas dilemmad jagunevad huvigruppide siseselt.

Tabel 6. Eesti ettevõtete juhtide ärieetilised dilemmad huvigruppide siseselt

Riigiga seotud dilemmad		9
Maksudest maksmisest hoidumine üldiselt		6
Ümbrikupalgad		2
Käibemaksu varjamine		1
Töötajatega seotud dilemmad		8
Töötajatega seotud dilemmad üldiselt		3
Vallandamine		3
Kas maksta töötajatele palka		1
Palkamine		1
Konkurentidega seotud dilemmad		4
Konkurentidega üldiselt		1
Suhted konkurentidega		1
Hinnapoliitika		1
Tööjõu värbamine konkurendilt		1
Klientidega seotud dilemmad		11
Toote/teenuse kvaliteet		4
Klientidega seotud dilemmad üldiselt (suhted)		3
Müügi protsess		2
Alkoholi müük		1
Kas müüa kliendile, kes pole tähtaegselt maksnud		1
Diskreetsus		1
Partneritega seotud dilemmad		6
Koostöö lõpetamine		3
Partneritega seotud dilemmad üldiselt (suhted)		1
Kohustuste täitmine		1
Emaettevõttega seotud dilemmad		1
Pole kindat sidusgruppi		10
Petmine		5
Ei ole dilemmasid olnud		3
Valetamine		1
Igapäevased küsimused		1

Allikas: (autori koostatud).

Autori arvates võib öelda, et intervjuueeritavate vastused on üsna sarnased teoorias välja toodud erinevate autorite sõnul huvigruppidega seoses tekkivate eetiliste dilemmaidega. Kõige enam esineb dilemmasid klientidega, riigiga, töötajatega seoses. Vähem seoses partnerite ja konkurentidega. Autori arvates on vastused loogilised, sest juhid puutuvad igapäevatoos väga palju kokku töötajatega ning ettevõtete põhitegevus on suuresti seotud erinevate nende toodete tarbijatega. Samuti on välja toodud maksudest hoidumine ja ümbrikupalgad, mis on samuti aktuaalsed teemad Eesti ühiskonnas. Mõned vastused olid ka mitte seostatavad kindla huvigrupiga, vaid olid pigem üldisemad nagu petmine, valetamine ja lihtsalt igapäevased küsimused. Kolm vastanut tõi ka välja, et neil eetilisi dilemmasid igapäevatoos ei esine.

Tabel 7. Teooriad, mille läbi kirjeldatakse ärieetilisi dilemmasid

Näitlikustavad väljavõtted intervjuudest	Vastavus eetikateooriatele
“Pigem ära räägi kui et valetad.”	Vooruseetika
“Maksude maksmine.”	Deontoloogiline
“Kasumi teenimine versus inimlikkus (vastutulelikkus).”	Vooruseetika
“Näiteks lähevad paljud ettevõtjad seda teed, et maksavad töötajatele ümbrikupalka – hoides nii kokku suuri summasid maksude pealt, samas petavad sellega riiki, kaudselt töötajaid ja iseennastki, sest me ise ju olemegi riik.”	Deontoloogiline
“Ka nõ „üle laipade minek“ ehk mille iganes (suhted, kvaliteet, seaduslikkus jne) ohvriks toomine firma edukuse (laienemise) nimel.”	Teleoloogiline
“Minu jaoks kõige raskemad eetilised dilemmad tekivad seal, kui on vaja kedagi lahti lasta.”	Deontoloogiline
“Minu nägemuses on need seotud maksudega ja tööjõu palkamisega (ümbrikupalgad). Samuti ka firma poolt	Deontoloogiline

pakutava teenuse/toodete taseme hoidmisega.”	
<p>“Kõige põhilisem eetiline dilemma ongi maksekultuur. Meie klientidest on vaid umbes 10-15%, kes õigel ajal oma arveid tasuvad ja samas ka rendiriista või –masinat ei kohelda kui enda oma. Mõisa kõis las lohiseb.”</p>	Deontoloogiline
“Kasu vs ausus, tervis vs töö, lähedased vs äri”	Deontoloogiline
“Kas teha loomingulist raamatupidamist, või hoida rangelt kinni raamatupidamise reeglitest?”	Deontoloogiline
<p>“Võibolla vaid see aeg, kui olin teadlikult valinud teise tootebrändi ja teise maaletooja, kuna ma ei olnud rahul eelmisega, siis just see, kuidas see otsus eelmisele teatavaks teha ja kas ma olen kohustatud seda tegema. Lõpuks otsustasin, et oleks minust viisakas teda teavitada.</p>	Vooruseetika
<p>“Üpris palju on tulnud ette, kui tuttavad tulevad tööd küsima. Minule on selge, et nad ei saaks sellega hakkama, aga neile selgitame tekitab vahel raskusi ja ebameeldivusi. Teiseks on tellimuste äraütlemine, mis käivad üle jõu.”</p>	Vooruseetika
<p>“Enamus dilemmasid kerkib üles emattevõttega seoses. Kes kellele ja millise kvaliteediga ning millise raha eest teenuseid osutab!?”</p>	Deontoloogiline
<p>“Toon ühe näite - suurema kasumi nimel oleks ökonoomsem kasutada odavamat ja ebakvaliteetset toorainet. Kuigi eetika nõuab ainult parima ja kvaliteetsema tooraine kasutamist, pole see</p>	Deontoloogiline

tihtilugu majanduslikult kasulikum.”	
“Toote tutvustamisel tood alati välja tema paremad pooled ning jätad märkimata halvemad küljed või püüad neid ilustada.”	Deontoloogiline
“Kas tööjõu värbamine konkurendilt on eetiline?”	Deontoloogiline
“Mida teha selle 10 kg kalli toorainega mille kuupäev äsja lõppes?”	Deontoloogiline

Allikas: (autori koostatud).

Tabelist 7 on näha, et peamiselt vastavad välja toodud eetilised dilemmad tooria kohaselt deontoloogilisele käsitlusele, mille sõnul määrab teo eetilise selle tegemise eetilise. Ainult mõnel üksikul korral toodi välja vastuseid, mis on seotud vooruseetikaga nagu viisakas käitumine ja teleoloogilise käsitlusega aus käitumine vs ettevõtte kasumlikkus.

Alapeatüki kokkuvõtteks võib autori arvates väita, et dilemmad esinevad peaaegu võrdselt kõikide huvigruppide lõikes. Enam mainiti klientidega seotuid dilemmasid, mida võis ka eeldada, sest klientidega puutub ettevõtja kokku igapäevaselt. Vähem oli mainitud eetilisi dilemmasid, mis oleksid seotud konkurentidega. Põhjus võib peituda ilmselt selles, et ettevõtete juhtide kokkupuude on konkurentidega harvem. Kui minna vastustega sügavuti, siis tuleb välja, et peamiselt esinevateks dilemmadeks on maksude maksimisest kõrvalehoidumine, petmine ja toote/teenuse õige kvaliteedi tagamine. Kuna vastused sellele küsimusele olid küllaltki pikad, oleks autor eeldanud, et ettevõtete juhid oskavad rohkem erinevaid eetilisi dilemmasid välja tuua, kuid peamiselt piirduti vaid ühe kahe dilemma mainimisega. Samas on oht, et dilemmade teema oli ettevõtte juhtidele ebamugav. Väidet tõestab see, et paljud vastused olid seotud teiste ettevõtjate ees seisvate dilemmadega. Autori arvates on üllatav see, et vaid üks inimene ütles, et dilemmasid esineb ettevõttes igapäevaselt ning kolm inimest vastas, et ettevõttes ei esine üldse dilemmasid. Autori arvates öelda, et küsimusele „millised eetilised dilemmad on Teil esinenud ettevõtluses“ vastati kehvemini kui ärieetika tähendust puudutavale küsimusele. Seega on oluliseks tulemuseks see, et kuigi Eesti ettevõtete juhid oskavad enamjaolt öelda, mida tähendab ärieetika, siis tegelikult tuntakse enesele

teadlikult vähesel määral ära ärieetilisi dilemmasid oma igapäevases tegevuses. On oht, et dilemmade teema oli ettevõtete juhtide jaoks ebamugav ning seega võib ainult ettevaatusega üldistada, et Eesti ettevõtete juhid teavad, mida ärieetika osaliselt tähendab, kuid nad ei teadvusta endale eetilisi dilemmasid, mis tegelikult esinevad igapäevastes situatsioonides.

Empiirilises osas analüüsis autor ärieetika tajumist Eesti ettevõtete juhtide seas. Ärieetika tajumist uuris autor läbi kahe küsimuse: kuidas tajuvad juhid ärieetikat ja milliseid eetilisi dilemmasid juhid tajuvad igapäevatoos.

Tulemustest selgus, et Eesti ettevõtete juhid tajuvad ärieetika tähendust aususe, lubadustest ja kokkulepetest kinnipidamise, õigluse, võrduse, reeglitest, seadustest kinnipidamisena (korras raamatupidamine, maksude maksmine). Tulemustest selgus, et enamik Eesti juhtidest mõistab ärieetikat vastavalt vooruseetika käsitlusele ja peab tegusid eetiliseks kui nende tegija on vooruslik oma iseloomuomaduste poolest. Käesolevas töös selgus, et Eesti ettevõtete juhid tajuvad peamiselt ärieetilisi dilemmasid, mis on seotud konkreetsete huvigruppidega nagu riik, töötajad, konkurendid, partnerid, kliendid. Kõige enam tajutakse dilemmasid seoses klientidega nagu toote/teenuse kvaliteet, müügitöö, suhted. Kõige vähem tajutakse dilemmasid seoses konkurentidega. Eetiliste dilemmade puhul toodi peamiselt välja deontoloogilisele käsitlusele vastavaid vastuseid, mille põhjal võib autori arvates öelda, et dilemmade puhul on fookuses teo enda eetilisus mitte niivõrd selle tegija eetilisus. Autori arvates oli huvipakkuv see, et käesolevas uuringus tõid intervjuueeritavad välja vähe igapäevatoos esinevaid dilemmasid ning kolm inimest vastas, et neil ei esine eetilisi dilemmasid igapäevatoos, mis on autori arvates vale vastus ja võib viidata sellele, et intervjuueeritavad ei olnud alati vastama delikaatsele küsimusele. Samas sellised vastused võisid olla tingitud ka sellest, et ettevõtete juhid ei oska näha igapäevatoos eetilisi dilemmasid.

Autor tõi alapeatükis 1.1. välja, et ettevõtete juhtide käitumine mõjutab tugevasti ka töötajate käitumist ja tegevuse eetilisust ja seega võib juhtide teadmatus ärieetika valdkonnas avaldada autori arvates väga suurt mõju ettevõtte töötajatele, ettevõttele tervikuna ja nii ka üldisele Eesti ettevõtluskultuurile. Teooria kohaselt on ärieetilisel

ettevõttel parem maine ja paremad suhted erinevate huvigruppidega. Nii on eetilisel ettevõttel lihtsam leida häid töötajaid, investoreid, luua pikaajalisi kliendisuhteid ja nii saavutada konkurentide ees eelis ning tagada nii ka jätkusuutlikkus ja parem kasum.

Autori arvates on seega oluline, et ettevõtete juhid teaksid, mida ärieetika tähendab ja oskaksid näha ka praktiliselt igapäevatöös esile kerkivaid dilemmasid, sest ainult nii saavad nad käituda eetiliselt. Sellest tulenevalt peaks autori arvates ühiskonnas rohkem tähelepanu pöörama ja avaldama survet ettevõtete ärieetilisele käitumisele, sest nagu teoorias välja toodud ärieetika areng näitab saab ühiskond tugevasti mõjutada ettevõtete eetilist käitumist pöörates sellele teemale rohkem tähelepanu. Kuna ettevõtte on ühiskonna osa ja nad mõjutavad oma tegevusega tervet ühiskonda, siis on autori arvates suuresti ka ühiskonna (kuhu kuuluvad nii töötajad, tarbijad, konkurendid) huvides luua eetilisem ärikeskkond. Tänu ärieetilistele ettevõtetele saavad inimesed paremad töökohad, tarbijad kvaliteetsemad tooted/teenused, hea mainega ettevõtted kutsuvad ka rohkem välisinvestoreid ja nii areneb ühiskond ja riik tervikuna.

KOKKUVÕTE

Ärieetika käsitlemine on aktuaalne, kuna järjest enam ettevõtete juhte saab aru, et nende tegevus mõjutab väga paljusid erinevaid huvigruppe ning lisaks sellele avaldab olulist mõju ka nende ettevõtete mainele ja kasumlikkusele. Teooria kohaselt on oluline, et juhid teaksid, mida ärieetika tähendab, sest alles siis saavad nad eetiliselt tegutseda.

Mõistmaks ärieetika tähendust, tuleb esmalt aru saada, mida tähendab eetika üldiselt. Käesolevas töös käsitleb autor eetikat kui õpetust moraalist – moraal sisaldab endas norme, põhimõtteid, väärtusi ja tavasid, mis aitavad inimesel erinevates situatsioonides otsustada, mis on õige ja mis on vale.

Eetikat käsitletakse peamiselt kolmel viisil: normatiivselt, deskriptiivselt ja metaeetiliselt. Käsitlete peamine erinevus seisneb selles, et normatiivne käsitlus vaatleb, kuidas peaks ärieetika ettevõtetes olema, deskriptiivne käsitlus kirjeldab, kuidas ärieetika tegelikult ettevõtetes on ning metaetika keskendub eetika kui mõiste filosoofilisele seletusele. Peamised eetikateooriad on teleoloogiline, deontoloogiline ja vooruseetika. Teleoloogilise eetika teooria kohaselt on tegu eetilise kui selle lõppeesmärk on eetilise ja sealjuures ei ole oluline, kas eesmärgi saavutamiseks on käitunud eetiliselt või mitte. Deontoloogiline eetika teooria ütleb, et tegu on eetilise, kui eesmärgi saavutamiseks tehtav tegevus on eetilise. Kolmas eetikateooria on vooruseetika, mille kohaselt ei tuleks hinnata teo eetilisust ja lõppeesmärgi eetilisust, vaid seda kas inimene on oma olemuselt eetilise.

Saades aru, mida tähendab eetika, võib defineerida ka ärieetikat. Ärieetika on õpetus moraalsest õigest ja valest ettevõtetes esilekerkivates situatsioonides. Ärieetika peamine tähtsus seisneb selles, et ettevõtted on osa ühiskonnast ning oma tegevusega mõjutavad nad paljusid huvigruppe nagu töötajad, aktsionärid, kliendid. Huvigruppide rahulolu ja pühendumise suurendamine aitab erinevate uuringute sõnul kaasa ettevõtte peamise

eesmärgi, aktsionäride rikkuse suurendamise saavutamisele. Paljudest uuringutest on näiteks selgunud, et ettevõtte ärieetika ja kasumi vahel on kas positiivne seos või seos puudub, kuid negatiivset korrelatsiooni pole suudetud tõestada.

Ärieetika areng sai alguse USAst kui ühiskonnas kerkisid esile erinevad ettevõtete tegevusega seotud sotsiaalsed, keskkonnavalased, majanduslikud probleemid. Läbi aegade on üheks peamiseks eetiliste probleemide tekitajaks ettevõtetes, küsimus, kas teenida ettevõttes võimalikult suur kasumit või peaks esikohale seadma ühiskonna kui terviku huvid. Sellest tingituna kerkivad ettevõtluses esile eetilised dilemmad, mis on seotud erinevate huvigruppidega.

Autori eesmärk on käesolevas bakalaureusetöös selgitada välja, kuidas tajuvad Eesti ettevõtete juhid ärieetikat ja ettevõtluses esile kerkivaid eetilisi dilemmasid. Selleks analüüsis autor 137 intervjuud, mille viisid aastatel 2011 – 2014 läbi aine Ettevõtluse alused tudengid. Autor leidis 101 oma teemale vastavat intervjuud, mis sisaldasid küsimust “Mida tähendab Teie kui ettevõtte juhi jaoks ärieetika” ning 36 intervjuud, mis sisaldasid küsimust “Millised eetilised dilemmad esinevad Teie igapäevatoos?”. Seejärel autor analüüsis vastuseid, selleks et välja selgitada, kuidas tajuvad ettevõtete juhid ärieetika tähendust ja ärieetilisi dilemmasid.

Tulemustest selgus, et kuigi osati üldiselt välja tuua, mis on ärieetika, piirduti ainult mõne märksõna väljatoomisega. Kõige enam tajuti ärieetikat aususena ning lepingutest ja kokkulepetest kinnipidamisega. Autor oleks eeldanud, et rohkem räägitakse moraalsestest põhimõtetest, reeglitest ja normidest ning õigest ja valest teatud situatsioonides nagu teooria väidab. Selliseid vastuseid oli 101 intervjuueeritava seas kokku vaid neli. Küsimusele ettevõtetes esinevate ärieetiliste dilemmade kohta vastati kõige rohkem, et dilemmad esinevad seoses maksude maksmisega ja klientidega üldiselt. Autori arvates oli üllatav dilemmade vähesus – ainult üks vastanutest vastas, et dilemmad esinevad ettevõttes igapäevaselt. Kolm inimest vastas, et dilemmasid ei esine üldse, mis teooriast lähtuvalt on ilmselgelt vale väide, kuna dilemmasid esineb väga paljudes situatsioonides. Samas on oht, et dilemmade teema oli ettevõtte juhtidele ebamugav. Väidet tõestab see, et paljud vastused olid seotud teiste ettevõtjate ees seisvate dilemmadega. Tulemused näitavad, et Eesti ettevõtet juhid tajuvad ärieetikat

peamiselt vooruseetika teooria läbi ehk peavad oluliseks juhi kui isiku eetilisust, samas kui vastused eetiliste dilemma kohta tõstavad fookusesse deontoloogilise eetika teooria ning hinnatakse pigem eetiliseks käitumiseks tegusid ja mitte niivõrd juhi enda eetilisust. Selline erinevus võib autori arvates viidata sellele, et Eesti ettevõtete juhid ei saa päris täpselt aru ärieetika tähendusest.

Autori arvates oleks teema edasiarenduseks võimalik uurida ettevõtete juhtide ärieetika tajumise ja dilemma väljatoomise seost ettevõtte tulemuslikkusega, sest teooria kohaselt peaks ärieetiline käitumine parandama ettevõtte mainet, suurendama jätkusuutlikkust ning avaldama positiivset mõju ka kasumine.

VIIDATUD ALLIKAD

1. **Aavik, T., Keerus, K., Lõuk, K., Nõmper, A., Pevkur, A., Saarniit, L., Simm, K., Sutrop, M., Tõnissaar, M., Vaher, A., Volt, I.** Eetikakoodeksite käsiraamat. Tallinn: Eesti Keele Sihtasutus, 2007, 414 lk.
2. **Alpperle, K. E., Carroll, A. B., Hatfield, J. D.** An Empirical Examination of the Relationship Between Corporate Social Responsibility and Profitability. – Academy of Management Journal, 1985, pp. 460 – 461.
3. **Baier, K.** Class Notes. Theories of ethics. University of Pittsburgh Graduate Program. 1992. Viidatud McDaniel, C. Organizational Ethics. Research and Ethical Environments. Ashgate Publishing Company, 2004, 198 p vahendusel.
4. **Banks, S.** Ethics and Values in Social Work. BASW: Mc Millan Press LTD, 1995, 218 p.
5. **Beauchamp, T. L., Childress, J. F.** Principles of Biomedical Ethics. USA: Oxford University Press, 1994, 560 p.
6. **Beauchamp, T. L., Childress, J. F.** Principles of Biomedical Ethics. USA: Oxford University Press, 2001, 454 p.
7. Business ethics timeline. [<http://www.ethics.org/resource/business-ethics-timeline#60>]. 07.12.2012
8. **Bowie, N.** Business ethics as a discipline: the search for legitimacy. Ilmunud raamatus Freeman, R. E. (ed): Business Ethics. The State of the Art. Oxford: Oxford University Press, 1991, pp 17 – 41.
9. **Bowie, N. E., Schneider, M.** Business Ethics for Dummies. New York: John Wiley & Sons, 2011, 364 p.
10. Business Ethics and Social Responsibility. [http://highered.mcgraw-hill.com/sites/dl/free/0070921989/226745/ferrell_sampleCH02.pdf]. 24.04.2014

11. **Clarkson, M.B.E.** A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance. – The Academy of Management Review, Volume 20, Issue 1, 1995, pp. 92–117.
12. **Collins, J.W.** Is business ethics an oxymoron? – Business Horizons, September-October, 1994.
13. **Crane, A., Matten, D.** Business Ethics. NJ: Oxford University Press, 2007, 566 pp.
14. **Cohen, J.** Appreciating, understanding and applying universal moral principles. – Journal of Consumer Marketing, vol 18, no 7, 2001, pp 578 – 594.
15. **De George, R. T.** The Statue of Business Ethics. Past and Future. – Journal of Business Ethics 6, 1987, pp. 201 – 211.
16. **De George, R. T.** Business Ethics. NJ: McGraw-Hill, 1990, 486 p.
17. **De George, R. T.** Business Ethics. NJ: Prentice Hall, 1999, 626 p.
18. **De George, R. T.** A History of Business Ethics. [<http://www.scu.edu/ethics/practicing/focusareas/business/conference/presentations/business-ethics-history.html>]. 07.12.2012
19. **Duska, R.** Business Ethics: Oxymoron or Good Business? *Business Ethics Quarterly*, Volume 10, Issue 1, 2000, pp. 111-129
20. Eesti Entsüklopeedia [<http://entsyklopeedia.ee/artikkel/moraal3>]. 7.12.2012
21. Eesti Õigekeelsussõnaraamat. 2006. [<http://www.eki.ee/dict/qs/index.cgi?Q=oks%C3%BC%C3%BCmoron&F=M>]. 7.12.2012
22. Eetikaterminite sõnastik. [http://www.riigikantselei.ee/failid/Eetikaterminite_s_nastik.doc]. 26.11.2013
23. Eetiline dilemma. [http://lvrkk.ee/kristiina/Diana_Tandru/eetika/eetiline_dilemma.html]. 24.02.2014
24. **Ferrell, O.C., Ferrell, L.** Historical Developments of Business Ethics: Then to Now. 2009, pp 1 – 20. [<http://danielsethics.mgt.unm.edu/pdf/Historical%20Development%20of%20Business%20Ethics.pdf>]. 07.12.2012
25. **Ferrell O. C., Fraedrich, J., Ferrell, L.** Business Ethics: Ethical Decision Making & Cases. London: Cengage Learning, 2012, 576 p.
26. **Flick, U.** An Introduction to Qualitative Research. London: Sage, 2009, 528 p.
27. **Gibson, K.** Ethics and Business: An Introduction. London: Cambridge University Press, 2007, 271 pp.

28. **Gökmen, A., Öztürk, A.T.** Issues of Business Ethics in Domestic and International Businesses: A Critical Study. – International Journal of Business Administration Vol. 3, No. 5, 2012, pp. 82 – 88.
29. **Hartley, R. F.** Business Ethics. Mistakes and Successes. New York: John Wiley & Sons, 2005, 355 p.
30. **Hartog, D. N. D., Belschak, F. D.** Work Engagement and Machiavellianism in the Ethical Leadership Process. – Journal of Business Ethics, 2012, 107, pp. 35–47.
31. **Izrael, D.** Business Ethics in the Middle East. – Journal of Business Ethics , 1997, 1555–1560.
32. **Jones, C., Parker, M., ten Bos, R.** For Business Ethics. New York: Routledge, 2005, 210 p.
33. **Kanungo, R. N., Medonca, M.** Dimensions of ethical leadership. Thousand Oaks: Sage Publications, 1996, 152 p.
34. **Kooskora, M.** Leadership, Ethics, Responsibility and Diversity. EBS Review, 2005, pp. 4 – 8.
35. **Lewis, P. V.** Defining business ethics: Like nailing jello to the wall. – Journal of Business Ethics 4, 1985, pp 377-383.
36. **Mahoney, J.** Teaching Business Ethics in the UK, Europe and the USA. London: The Athlone Press, 1990, 204 pp.
37. **Maxwell, J. C.** There's No Such Thing As Business Ethics. NY: Center Street, 2003, 180 p.
38. **Mayer, D. M., Aquino, K., Greenbaum, R. L., Kuenzi, M.** Who displays ethical leadership, and why does it matter?an examination of antecedents and consequences of ethical leadership. – Academy of Management Journal, 2012, Vol. 55, No. 1, pp. 151–171.
39. **McGuire, J. B., Sundgren, A., Schneewels T.** „Corporate Social Responsibility and Firm Financial Performance. – Academy of Management Journal, 1988, 869 p.
40. **Meel, M.** Ärietika. Tallinn: Külim, 2000, 112 lk.
41. Metaethics. [<http://plato.stanford.edu/entries/metaethics/>]. 07.12.2012
42. Morals, Ethics, and Metaethics. [<http://philosophy.lander.edu/ethics/types.html>]. 20.03.2012

43. **Nash, L. L.** Intensive Care for Everyone's Least Favorite Oxymoron: Narrative in Business Ethics. – Business Ethics Quarterly, Volume 10, Issue 1, 2000, pp. 277-290.
44. **Parboteeah, K. P., Cullen, J. B.** Business Ethics. London: Routledge, 2013, 656 p.
45. **Pojman, L. P.** Eetika: õiget ja väära avastamas. - Tallinn: Eesti Keele Sihtasutus, 2005, 424 lk.
46. **Quintelier, K., Van Speybroeck, L., Braeckman, J.** Normative Ethics Does Not Need a Foundation: It Needs More Science. – Acta Biotheor 59, 2011, pp. 29 – 31.
47. Paying late: an ethical business issue. [<http://www.theguardian.com/sustainable-business/blog/paying-late-ethical-business-issue>]. 24.02.2014
48. **Reitmann, L.** E-kursuse “Ärieetika” materjalid. Paide, 2013, 15 lk.
49. **Rest, R. M.** Moral Development: Advances in Research and Theory. US: Praeger, 1986, 244 p.
50. **Schwickert, E-M.** Gender, Morality, and Ethics of Responsibility: Complementing Teleological and Deontological Ethics. – Hypatia vol. 20, no. 2, 2005, pp 164 – 187.
51. **Sihver, A.** Teavitaja kaitse („vilepuhuja kaitse“) süsteemi rakendatavus korruptsiooni avalikustamisel eesti avalikus teenistuses. Magistritöö, Tartu, 2007, 97 lk. [<http://www.just.ee/orb.aw/class=file/action=preview/id=32626/magistrit>]. 07.12.2012
52. **Skrabec, Q. R.** Playing by the rules: Why ethics are profitable. – Business Horizons, September-October, 2003, pp. 15 – 18.
53. Supplemental Research Brief 2009 National Business Ethics Survey. [<http://www.ethics.org/files/u5/CultureSup4.pdf>]. 07.12.2012a
54. **Solomon, R.C.** Above the Bottom Line: An Introduction to Business Ethics. TX: Fort Worth: Harcourt Brace College Publishers, 1994.
55. **Trevino, L., Nelson, K.** Managing Business Ethics: Straight Talk about How to Do it Right. New York: John Wiley & Sons, 1999.
56. **Tuisk, T.** Ärieetika e-kursus. 23.02.2014
57. **Van Luijk, H.** Business ethics on Europe: a tale of two efforts. pp. 353 – 464, ilmunud raamatus Frederick, R. A Companion to Business Ethics. New York: John Wiley & Sons, 2008, 480 p.
58. **Velasquez, M. G.** Business ethics. Concepts and Cases. NJ: Prentice Hall, 2002, 528 p.
59. **Velasquezj M. G.** Business Ethics: Conseps and Cases. NJ: Prentice Hall, 1998, 510 p.

60. Voorused. [<http://mteoloogia.blogspot.com/p/voorused.html>]. 24.02.2014
61. Vooruseetika. [http://www.eetika.ee/et/moraal/teoreetiline_eetika/vooruseetika].
24.02.2014
62. **Walters, M.** Performance measurement systems – a case study of customer satisfaction.
– Facilities, Volume 17, Number 3/4, 1999, pp. 97–104.
63. **Woiceshyn, J.** A Model for Ethical Decision Making in Business: Reasoning, Intuition,
and Rational Moral Principles. – Journal of Business Ethics 104, 2011, pp 311-323.

LISAD

Lisa 1. Vastused küsimusele “Mida tähendab Teie kui ettevõtja jaoks ärieetika?” – töödeldud intervjuude vastused.

1. Ausus, õiglasus
2. Eelkõige tuleb olla aus nii klientidega kui ka konkurentidega. Ei tohi pakkuda turul ebaausat konkurentsi.
3. Äris sõpru ei tunta, kuid siiski tuleks jääda aumeheks
4. Võrdsed reeglid. Põhimõte, mille järgi tuleks elada. Kui on mingid reeglid, mis on siis kirjutatud või kirja panemata, siis oleks loogiline, et kõigil on võrdsed võimalused. Selge on see, et kohati on see piir hägune ning peab kasutama sisetunnet, aga see on meie ühiskonna äritegevuse kokkuleppeline alus ja ilma ei saaks. "Kui seda ei oleks, siis me oleksime Venemaal, sellepärast, et seal on hoopis teised põhimõtted kuidas rikkaks saadakse."
5. Ausus ja konkurentidega arvestamine.
6. Ärieetika tähendab seda, et ei valeta, ei varasta ja pead oma sõna. Kui ma olen oma sõna andnud siis ma seda ka pean. Muidugi eetika tähendab ka lihtsamaid asju nagu see, et toas võtame müts ära ja ütleme tere. Oma äri tuleb ausalt ajada. Et rahus magada tuleb võlad ilusti ära klattida.
7. Lojaalsuses kliendile, võib öelda, et minu puhul oli tasu jaotumine: 1/3 reaalse töö eest, 2/3 lojaalsuse ja diskreetsuse eest.
8. Lihtsaim vastus on: teha alati oma tööd ausalt. Halb tuleb ikka ringiga tagasi.
9. Pakkuda kliendile ikka täit informatsiooni kõigi asjade kohta.
10. Minu jaoks on kõige olulisem lubaduste täitmine. Kas need lubadused on vormistatud lepingutena või suusõnaliste kokkulepetena, seal ei ole vahet. Lisaks on üks asi nn. lubaduste täitmine ja teine on, kui on satunud raskustesse või tehtud vigu, siis neid vigu tuleb tunnistada, sest me kõik oleme ekslikud. Vigade tunnistamine

Lisa 1 järg

võib algul tunduda väga-väga raskena, kuid me teeme väikseid vigu, me teeme suuremaid vigu ja kõik see tunnistamine hakkab ikkagi väikestest vigadest pihta. Kui olete tunnistanud väikeseid vigu, siis on võimalik ka suuremaid vigu väga lihtsalt tunnistada. Ilma vigadeta ei ole võimalik siin maailmas eksisteerida. Kui suur on see vea hind, see sõltub, kuid vigu me kõik teeme. See tähendab selles mõttes, et me peaksime olema eetilisel ausad ehk see mis me oleme lubanud, kohustused võtnud - me neid ka täidame ja kui me oleme teinud vigu, siis me seda tunnistame ja kui me ei saa neid kohustusi või lubadusi täita, siis me ka tunnistame seda. Sest kõige hullem on see, kui ei täideta lubadusi ja ei tunnistata vigu. Me tegeleme suurte inimhulkadega ikkagi.

11. Jah. Selle suhtes on lennundus väga-väga eetiline. Ühelt poolt on ta lihtsam- ta on väga reguleeritud. Kui me neid reegleid ja seaduseid maksimaalselt täidame, siis me just kui oleksime ka selle ärieetika poole täitnud. Tegelikult see päris nii pole. Lisaks sellele reeglite täitmisele, on oma osa siin ka ärieetikal ja inimlikkusel. Kuna tegu on tehnika ja inimese koostööga, siis regulatsioonid on paratamatus. Midagi teha pole. Tuleb leppida sellega, mis on. Tegemist ei saa olla puhtalt meie endaminegevusega.
12. Et mahuksime kõik siia maamuna peale ära. Tänapäeva bürokraatlikus maailmas on liigselt seadusi, mida tuleb pingsalt jälgida ja täita ning, mis võivad ettevõtja jaoks olla vahel suureks peavaluks, kuid samas ärieetika valdkonnas on piirid muutumas järjest hägusemaks.
13. Ärieetika on minu jaoks kogum väärtushinnangutest, mida järgitakse ettevõtlusega ettetulevates situatsioonides. Ärieetika võib olla vastuolus ettevõtte kasumi taotlemise eesmärgiga.
14. Lubadustest ja tähtaegadest kinnipidamine.
15. Ärieetikat on nii palju, kui on inimesi. Minu jaoks on eetiline see, et inimene vastutab selle eest, mida ta räägib, ei anna katteta lubadusi, kui midagi kokku lepatakse, siis see on nii ning kui midagi läheb halvasti, siis ei hakata ennast kuhugi peitma. Minu jaoks ongi ärieetika see, et ma austan oma äripartnerit, nii nagu tema peab ka mind austama. Kui midagi kokku lepatakse, siis sellest peetakse ka kinni. Ja

Lisa 1 järg

kui on mingid probleemid, siis sellest räägitakse. Suurimaks probleemiks on tavaliselt võlgnikud. Üks inimene neist räägib sulle ära, et raha tuleb siis ja kas nii võib. Ja maksabki sel päeval kui lubas. Samas teine lubab süüdimatult iga kuu maksta, nii aasta aega järjest, aga tegelikult ei kavatsegi ära maksta.

16. Lihtsustatult võib-olla midagi sellist, mis ei lähe vastuollu oma tõekspidamiste ja südametunnistusega. Ehk siis ausus, usaldusväärsus, oma lubaduste pidamine, heauskne käitumine, hoolimine. Nende kategooriate järgimine on pikaajalise ärisuhte aluseks nii inimeste kui firmade kontekstis
17. Esimene asi, mis eetikaga seondub on see, et ära peta. Kui midagi lubad, siis täida oma lubadus. Kui ikka pakud pirni ja lõpuks annad õuna, siis klient ei ole kohe kindlasti rahul. Eetika on väga lai mõiste, minu jaoks käib sinna alla ka suhtlemine klientidega, ettevõtte imago ja kõik muu. Kindlasti tuleks need enda jaoks läbi mõelda, kui alustad oma ettevõttega. Minu jaoks seostub eetikaga kõige rohkem just nimelt avatus ja ausus, nii klientidega suhtlemises kui ka firmasisene. Muidugi on asutatud petufirmasid ja sellega rikkaks saadud, kuid minu jaoks ei ole see eetiline.
18. Raske küsimus... Ei oskagi hetkel sellele täpselt vastata.
19. Pakkuda kohalikele inimestele ja ettevõtetele kvaliteetset kaupa konkurentsivõimeliste hindadega, olgu selleks siis kütus või jaekaubad.
20. Minu jaoks on ärieetika eelkõige korrektsus, see tähendab saadud tellimused tuleb täita kiiresti, õigeaegselt ja kvaliteetselt ning klient peaks tasuma kauba eest kokku lepitud ajal. Kauba kvaliteedi osas võiks kõikumised olla pigem kliendi kasuks.
21. Esimeseks on kindlasti see, et mitte kedagi ei tohi usaldada. Teiseks, alati hoida ennast turvalisuses. Kolmandaks, inimesed räägivad palju, kuid otsused tuleks teha siis, kui räägitu on tehtud. Neljandaks, kui inimesed tunnevad koostööst huvi, siis lasta neil teha esimene samm.
22. Ärieetika tähendab minu jaoks igasuguseid üldiseid reegleid ehk kõlblusnorme: ausust, selgust, korrektset ja viisakat käitumist jms. Samu norme peavad järgima eranditult kõik ettevõtte töötajad, sh omanikud ja juhid.

Lisa 1 järg

23. Võrreldes Eesti ettevõtluse algusaastatega 1980.aastate teisest poolest, on ärikeskkond ja ärieetika riigis tunduvalt muutunud- ettevõtjad muutunud teadlikemaks ja haritumaks ning ka tänu riiklike kontrolliorganite (näit. Maksu-ja Tolliamet, Tarbijakaitseamet) arengule on järjest vähem põhjust kellelgi arvata, et jätkusuutlikku ettevõtlust on võimalik teostada mitteausal teel, tootes ebakvaliteetseid tooteid, jättes tulud deklareerimata, makstes mitteametlikke töötasusid ja jättes maksud maksmata.
24. Kuigi pahatihti peetakse ärieetikat lisakuluks, siis Äripäevas toodud EBS-i eetikakeskuse uuringutest selgub näiteks, et vastutustundlik ettevõtlus on eriti oluline just kriisisituatsioonides. Ettevõtte on osa ühiskonnast, osa keskkonnast ja kõik mida ta teeb mõjutab seda. Ettevõtte vajab keskkonda ja ühiskonda, ühiskond ja keskkond konkreetset ettevõtet ei pruugi vajada. Äripäevast võisime lugeda ka seda, et need ettevõtted, kes kriisis ei muutnud oma printsiipe, said kriisiga paremini hakkama, tulid sellest kergemini välja ja olid võimelised edasi arenema, kuna alles jäid nende kõige paremad töötajad, kliendid, ja partnerid.
25. Osutades finantsjuhtimise teenust pean oma üheks missiooniks tõsta klientide mainet läbi ärieetika parendamise, võttes aluseks kogemused ja tõekspidamised, mida olen rakendanud oma senistes töökohtades.
26. Eetika on väga oluline. Sellest sõltub palju, eriti turismisektoris. Tegelen oma ettevõttes igal tasandil eetikaküsimustega. Need hoiakud on kõigile matkajuhtidele edasi antud ja tõlgendatud. Siin olen lubanud varieeruda ja leida erinevad lähenemised, kuid vastutustunne ja kohusetunne on peamised, mida tuleb kliendile orienteeritult edasi kanda ja pidevalt arendada, motivatsiooni kaotamata.
27. Ei oskagi täpselt öelda. Minu meelest on selleks tavaline inimlik eetika: kui midagi lubad, siis pead sellest ka kinni pidama. Võrdlemisi ausalt asju ajama.
28. Kõige olulisem punkt on usaldus. Mitte kõiki lepinguid ei kirjutata paberile, samaväärselt kehtib ka suusõnaline kokkulepe. Vähemolulisem ei ole kellaaegadest kinnipidamine, ka see näitab vastastikust austust. Peamine, et leping, nii suuline kui kirjalik, on koostatud usalduse baasil, formaat ei oma tähtsust.

Lisa 1 järg

29. Hea tunne.
30. Tuleb jääda ausaks, endale kindlaks, olla õiglane ja viisakas.
31. Lihtne oleks öelda, et eetiline on see äriees, kes ajab oma äri ausalt. Samas on ärivaldkond väga mitmetahuline. Võitlus osa eest oma ärivaldkonnas on igal alal karm ja lahtiste kaartidega pole võimalik enamasti mängida, sest see kasutatakse sinu enda vastu kiiresti ära. Tehakse nii reaalseid pakkumisi, kui ka blufitakse, tähtis on resultaat. Kõige olulisem on aga see, et kui lõpuks milleski kokku lepitakse, siis nii ka käitatakse, ja juba sõlmitud leppeid täidetakse ja austatakse. "
32. See on moraalne ja eetiline tegutsemine ärimaailmas. See on aus, viisakas ja usaldust tekitav suhtumine oma teenuse tarbijasse.
33. See langeb ühele sõnale: austus. See kehtib ilmselt mitmes suunas aga minu jaoks on väga oluline, et see mis me teeme oleks õige, oleks hästi ning, et inimesed oleksid rahul kes seda teevad. Muidugi ka teenuse saajad aga ka teenindajad on väga olulisel kohal. Inimesed peavad rahul olema. Teiselt ärieetika, et milleni sa konkurentidega oled valmis minema, siis mina olen alati olnud ausal rajal. Meil on kõike kodaratesse loobitud ning üritatud meiega halvasti käituda aga mina ei suuda sellisele tasemele laskuda. Noh et saadad kellelegi mingi inspektori kaela, mina ei suudaks kunagi selleni laskuda. Ja teiselt tähtis osa on kui läbipaistev ja aus on raamatupidamine. Maksundus ja kõik sellega seonduv. Mina olen püüdnud ajada kõiki ärisid ausalt ja eetiliselt.
34. Ärieetika on väga peen asi. Ma arvan, et päris ausat ärieesist ei ole olemas. Mõni nimetab seda skeemitamiseks, mõni vangerdamiseks ning mõni nii nagu see asi on. See on üldjuhul viis kuidas rohkem raha teenida. Aga oluline on ka see, kuidas sa seda teenid. Ma arvan, et selles suhtes on palju skeeme kuidas kõik on korras aga sa teed seda natukene teistmoodi kui teised, ma pean seda väga targaks. Olles ise ka raamatupidaja olnud siis numbrite poolelt on selliseid asju teinekord vaja, vähemalt teada kuidas asju tehakse, kas sa siis ise nii teed on teine asi.
35. See on tähtis asi. Ettevõtlusega on niimoodi, et peab tegema täpselt nii, et teistele paha ei teeks. Nii nagu see ütlemine on – ära tee teisele seda, mida sa ei taha, et

Lisa 1 järg

sulle tehakse. Katsuda alati hea olla, kui vähegi võimalik. Alati katsuda aidata teist inimest kui võimalik.

36. Õige maksude maksmine, ei kasutata ümbrikupalga maksmist. Lepingutingimuste täitmine ise ja eeldatakse sama ka partneritelt.
37. Ausus ja kokkulepetest kinnipidamine.
38. Pead olema aus. Nii töötajate kui ka klientide suhtes. Kui me näeme, et kliendi soovitud tähtaega me tagada ei suuda, siis me seda tööd vastu ei võta. Ka kokkulepetest tuleb kinni pidada. Me teeme ainult siduvaid lepinguid – kui me ütleme, et see töö maksab nii palju, siis me ka sellise hinna võtame. Mõni firma pakub välja alguses odavama hinna ja siis pärast ütleb, et töö osutus pikemaks või kallimaks, kui alguses arvati. Meie sedasi ei tee. Me ei lase ka kvaliteeti alla ning vahel suuname kliente isegi konkurendi poole, kui me teame, et meil ei ole võimalik kliendi soovi täita (näiteks vandetõlgi teenus). Me oleme ka töötajate vastu ausad – kui me lubame midagi, siis me seda ka teeme.
39. Tean, et olen eetiliselt käitunud, kui ei pea hiljem tehtut häbenema.
40. Kui äri on majanduslikku kasu taotlev tegevus, siis eetika on filosoofia haru, mis aitab teha vahet hea ja halva, õige-vale vahel. Eetilist käitumist ei saa seadusega kehtestada. Tegemist on kokkuleppeliste käitumisharjumistega. Enamasti hinnatakse eetilist käitumist sisetunde alusel.
41. Mäletan veel hetke, kui ma käisin oma suure konkurendi restoranis söömas ja samal ajal pidasin seal oma firma meeskonnaga koosolekut. Sellele järgnes lühike tagasisidering restorani juhatajale, mis tundus veidike vastuolus minu ärieetikaga, kuid samas mainisin ma ka talle seda, et me teeme oma restorani ja see talle sobis, isegi toetas ideed ja oli valmis kaasa aitama.
42. Ma olen oma elus lähtunud mõttest, et tee teistele seda, mis sa tahad, et sulle tehtaks. Eks sealt tuleb ka see ärieetika. Ma olen seda meelt, et maksud peavad olema makstud ja need kelle ma olen võtnud tööle, neil on õigus saada palka. Ma ei ole selline ettevõtja, kes ütleb, et mul ei ole võimalik maksta. Pigem jätan ennast ilma, kui oma töötajaid.

Lisa 1 järg

43. Minu seisukoht on, et kui midagi müüa, siis klient peab lõpuni aru saama, mille eest ta maksab. Ma olen püüdnud ka oma klientidele võimalikult täpselt seletada, näiteks peolaudu tellides, mille eest inimene maksab ja mida ta lõpuks selle raha eest saab. Samas olen viimasel ajal palju kokku puutunud erinevate müügimeestega ning nemad kasutatavad küll igasuguseid strateegiad. Näiteks vahel sõlmitakse ainuüksi telefonivestluse põhjal juba leping ja saadetakse arve. Sageli tutvustatakse oma toodet või teenust nii segaselt, et lõpuks ei saagi aru, kas seda on inimestele vaja või ei ning isegi mina ostsin kunagi niimoodi midagi, kuid nüüd olen ma juba karastunud. Seega võib öelda, et eetika puudumist näeb ümberringi väga palju.
44. Aus äri on konkurentsikindel ja kindlustab pikaajalise eksisteerimise turul.
45. Olla innovaatiline ja läbimõeldud. Ja ei tasu üle oma varju hüpata. Ehk ei tasu võtta liigseid kohustusi, millega ei pruugi hakkama saada. Tuleb anda endale aru mis ümberringi toimub.
46. Arvestada partneritega ja klientidega ning hinnata oma meeskonda.
47. Tellijale tuleks täita kõik oma lubadused, seejuures kinni pidada tähtaegadest ning probleemide ilmnemisel tellijat teavitada. Samuti tuleks korras hoida firma raamatupidamine, et ära hoida sekeldusi maksuametiga.
48. Väga hea küsimus, ei oskagi nii kiiresti vastata. Kui sa tahad, et su ettevõtte kasvaks siis pead sa lubadustest kinni pidama. Sa pead olema hea suhtleja, see ei ole nii et sa saad näiteks mingi objekti ja seal ise kohal ei käi, mul oli üks inimene kes seda väga hästi valdas, mina olin temaga alati kaasas ja õppisin kõrvalt. Hiljem omandasin ka piisava suhtlus- ja läbirääkimisoskuse.
49. Kõige olulisemaks pean kindlasti lubadustest kinnipidamist. Samuti ka reeglitest kinnipidamine olgu need siis kas maksualased reeglid või siis konkurentsialaste reeglid.
50. Meie väärtusteks on olla aus, avatud ja inimlik. Keegi teine Eesti ettevõtte ei ole nii avatud, kui meie enda andmete ja suhtluse poolest.
51. Ausus ja kokkulepetest kinnipidamine.

Lisa 1 järg

52. Aus peab olema, sest ma usun karmasse. Sa võid ju valetada ja jõuda selle võrra teistest ette, aga lõpptulemusena maksab see kätte ikkagi.
53. Pea oma lubadusi. Öeldakse, et ära tee teistele seda, mida sa ei taha, et sulle tehakse.
54. Kokkulepetest kinnipidamine (ka siis kui need võivad kahjulikuks osutuda) ja lojaalsus. Need loovad usalduse ja toovad kaasa pikaajalised suhted. St väärtus, mille nimel oled tööd teinud, jääb alles.
55. Ära tee teistele seda, mida sa ei taha, et sulle tehakse. Äri tuleb ajada nii, et pärast poleks põhjust kellegi ees häbeneda ning iga tehingu juures peavad kõik osapooled võitma.
56. Minu jaoks on kõige olulisem lubaduste täitmine. Kas need lubadused on vormistatud lepingutega või suusõnaliste kokkulepetena, seal ei ole vahet. Teiseks, üks asi on nn. lubaduste täitmine ja teine on, kui on satutud raskustesse või tehtud vigu, siis neid vigu tuleb tunnistada, sest me kõik oleme ekslikud. Vigade tunnistamine võib algul tunduda väga-väga raskena, kuid me teeme väikseid vigu, me teeme suuremaid vigu ja kõik see tunnistamine hakkab väikestest vigadest pihta. Kui olete tunnistanud väikeseid vigu, siis on võimalik ka suuremaid vigu väga lihtsalt tunnistada. Ilma vigadeta ei ole võimalik siin maailmas eksisteerida. Kui suur on see vea hind, see sõltub, kuid vigu me kõik teeme. See tähendab selles mõttes, et me peaksime olema eetilisel ausad ehk see mis me oleme lubanud, kohustused võtnud- täidame neid ja kui me oleme teinud vigu, siis me seda tunnistame ja kui me ei saa neid kohustusi või lubadusi täita, siis me ka tunnistame seda. Sest kõige hullem on see, kui ei täideta lubadusi ja ei tunnistata vigu. Siis tuleb üks suur sasipundar, kus mitte keegi ei saa enam midagi aru. (Naerdes) jah, mitte keegi ei saa aru, miks see nii on. Lennunduses eriti, sellepärast et väikestest vigadest tekivad suured ja palju väikeseid vigu võib viia katastroofini . Me tegeleme suurte inimhulkadega ikkagi. Jah. Selle suhtes on lennundus väga- reegleid ja seaduseid maksimaalselt täidame, siis me justkui oleksime ka selle ärieetika poole täitnud. Tegelikult see päris nii pole, et lisaks sellele reeglite täitmisele, on ka osa sellisest

Lisa 1 järg

ärieetikast ja inimlikkusest. Midagi teha pole. Seesama, mis on üldine kristlik põhimõte: „Tee teistele seda, mida soovid, et nemad sulle teeksid.”

57. Ehitusvaldkonnas peaks sellega eriti ettevaatlik olema. Tihti tuleb teha otsuseid, mis paneb mõtlema, kas see on eetiline või mitte.
58. Minu jaoks on ärieetika see, et koos võidavad kõik. Üksteisele kaigaste kodaratesse paigutajad on aga juba eos kõik kaotajad.
59. Ärieetika seisneb võetud kohustuste ja vastutuse tunnistamises.
60. See, et kokkulepetest peetakse kinni. Paraku on nii, et mida riskantsemad ettevõtmised, seda väiksemat rolli mängib ärieetika.
61. Põhiprobleem on võitlus kaubamärkide pärast. Oleme alati ise hakanud mingit brändi maale tooma, mitte konkurentidelt üle lööma
62. Ärieetika on minu jaoks isiklike väärtuste ning tõekspidamiste kogum, millest pean kinni äritegevuse käigus. Kõik, mis tundub mulle isiklikult ebaeetiline jääb välja ka äritegevusest. Ärieetika hõlmab minu jaoks - ausust, lugupidamist, vastutust ning parima poole püüdlemist.
63. Ära unusta inimest – iga tehingu taga on inimene või mitu. Massi sulanduda on lihtne, aga eristumine on raske, selleks on vaja julgust. Märka inimest!
64. Ärieetika on firma seisukohalt väga tähtis, see kujundab selle firma näo ja usaldusväarsuse. Keegi ju ei soovi ajada äri firmaga millel on halb maine ja madal usaldusväarsus.
65. Ärieetika kujuneb minul sellisena, et ma ei tõrju teisi väikefirmasid välja. Näiteks, ei liigu mina oma kaubaga kunagi Talu turgudele.
66. Konkurentide suhtes ei saa olla alatu. Kõik, mis teed, tuleb endale tagasi. Me ei hakka kunagi kelleltki alatu võttega tööd ära võtma. Meie valdkonnas on litsentseeritud ja lubadega tegevus, ei ole võimalik kantida ühest OÜ-st teise. On inimesi, kes teevad nii ja ei saa aru, et nad on midagi valesti teinud. Ajab marru see, et meil on võrdsemast võrdsemad. Ühtede puhul räägitakse, miks te nii ei tee, aga

Lisa 1 järg

teistel lastakse rahun üskõik mida teha. Maksuamet suhtub tegelikult väga inimlikult, kui ära rääkida, millest probleem tekkis. Tahaks rahulikult magada, selleks peavad asjad olema korras.

67. Iseenesest, reeglitest kinni pidada ja samas ei saa olla eesmärgiks kellelegi kott pähe tõmmata, sellega ei võida keegi. See võib olla lühiajaline võit. Selles suhtes, meie ettevõtte loogika on olnud, et ei lähe lühikest võitu võtma ja laevandus on pika tasuvusajaga ettevõtmine ning laevad on kapitalimahukad, siis tuleb sellest loogikast lähtuda. Ja kui sul on partnerid, siis nad on partnerid pikaks ajaks ja nendega tuleb hästi käituda.
68. Põhiline on see, et midagi ei tohi kliendile müüa, kui näed, et tal seda vaja pole. Kindlasti tuleb olla aus ning oma lubadustest kinni pidada.
69. Olla aus, lähtuda kliendi soovide ja vajadustest.
70. Ärieetika on minu jaoks vastutus, ausus, lubadustest (lepingutest) kinnipidamine, optimaalse lahenduse leidmine, nii et mõlemad osapooled jäävad rahule. Minu jaoks on ettevõtte eesmärk väärtuste loomine, mitte ainult ettevõtjale endale, vaid ka sellele osapoolele, kes ettevõttelt teenust saab.
71. Ma ei teagi nüüd, olen klientidesse aus ja vastutulelik ja ei tüssa neid, samamoodi ka töötajatesse, hindan neid ja ise ennast
72. Tarbijat ei tohi petta ja maksud tuleks ausalt ära maksta.
73. Sõnapidamine, et saaks äri ajada ilma advokaatideta ja iga detaili kohta kirjalikku lepingut sõlmimata. Kui ma olen lubanud, et ma midagi teen, siis ma teen selle ära, kuigi poole pealt võib juhtuda, et see pole äriliselt kasulik. Maksud tuleb ära maksta.
74. Olla oma tegevuses ja otsustes aus nii oma kolleegide kui klientide suhtes.
75. Arvete õigeaegne tasumine, klientidele pakkuda värsket toodet, töötajatele õigel ajal ja õige palga ülekandmine.
76. Et ajad ikka oma asja, natuke peab ka jälgima, mida teised salongid teevad, töötajate eest hoolitsema. Kui töötajatel on hea, siis nad tahavad siin ikka tööd ka teha. Ja et ikka täiendada, mitte jääda stoppama. Koguaeg peab hüppama pea ees vette, sest ei tea kas uues asjaga põled läbi või mitte. Ühesõnaga, et koguaeg ikka tegutseda ja

Lisa 1 järg

midagi uut teha. Peab endale ikka kindlaks jääma mitte laskma endale pähe istuda. Kõik sellised tavalised asjad.

77. Ärieetika on küllaltki lai mõiste ja haakub iga indiviidiga omamoodi. Minu jaoks on ärieetika eelkõige austus ja lugupidamine koostööpartnerite ja klientide vastu, aga samuti ka seadustest tulenevate kohustuste täitmise vastu.
78. Ärieetika on väga lai teema, see hõlmab osalt ikkagi reklaamiga seonduvat, osalt töötajatega seonduvat, osalt seda, et sa käitud oma konkurentidega viisakalt. Minu jaoks on kogu see kompott tähtis. Väikeettevõttes, kus töötajaid on vähe ei ole see nii oluline. Mida suuremaks ettevõtte läheb, seda suuremaks läheb ka kontsentreeritus eetilisele vaatepunktile, töötajatele ka. Siseringi eetika on sama tähtis kui välisringieetika. Ma hindan eetilist käitumist ja ma püüan ükskõik, mida tehes olla eetiline, mitte ainult ettevõtjana vaid ka inimesena mujal. See on selline suhteliselt loogiline asi, aga ettevõtja piirid on veidi kitsamad. Kui sa täpselt ei tea, mida sa teed või jäta mõnes kohas midagi õiget ütlema siis selle tagajärjed võivad olla päris drastilised.
79. Äris peab olema kõik aus ja peab kinni pidama eetilistest reeglitest ja südametunnistusest.
80. Siimu meelest on ärieetika ja ausus omavahel tihedalt seotud ja tema jaoks on äripartnerite vaheline ausus väga oluline. Ta leiab, et ebaausalt tegutsedes pole ettevõtte jätkusuutlik ning mingil hetkel tuleb ebaaus tegutsemine välja ning rikub kindlasti ettevõtte maine. Lisaks leiab ta, et äri põhineb suuresti usaldusel. Omast kogemusest
81. jutustas ta, kuidas Wernerisse tegevjuhi kohale asudes oli kohvik väga suurtes rahalistes raskustes. Tänu tema ausale tegutsemisele ja äripartnerite usaldusele, kes olid hoolimata ettevõtte võlgnevustest nõus kohvikule kaupa andma, õnnestus Siimul kohvik rahalistest raskustest välja tuua ja hästi toimivaks ja täna üheks Tartu kõige edukamaks ja populaarsemaks kohaks muuta. Niisiis on Siim oma ärilistes tehingutes aus ning on kindel, et siis on seda ka tema äripartnerid. Niimoodi säilitab ta ettevõtte hea maine.

Lisa 1 järg

82. Nii nagu defineeritakse - kohustused, reeglid. Mitte mingil juhul ei tohi nad minna vastuollu seadusega.
83. Tavaliselt on need väikesed igapäevased küsimused. Mida teha selle 10 kg kalli toorainega mille kuupäev äsja lõppes? Kas Sa ütled kliendile, et auto rehvi purunes, või tõe, et keegi unustas ta tellimuse üles kirjutada? Ma tean paljusid inimesi, kes selliste asjade väljakeerutamise kunsti suurepäraselt valdavad ning on oma tegemistes edukad. Kindlasti ei ole ma seda meelt, et eetilisus on 100% parem kui relativism. Ma tean üht 1,5 miljardi kroonise käibega ettevõtte omanikku, kes mind kui noort ärikooli lõpetanut õpetas: "Võida usaldus ja peta" Ta on äriselt väga edukas, kindlasti paljudel muudel põhjustel, ehkki eetiliselt küsitav. Ises pean ennast pigem eetiliseks. Minu argument on see, et ebaeetiline käitumine korrumppeerib töötajaid. See on halb eesküju. Lisaks tundub ka mulle isiklikult tõe lihtsam, kui selline laveerimine. Aga igaüks peab leidma oma tee.

Vastuste grupeerimine:

1. Reeglid, standardid või koodeksid. 4, 11, 12, 22, 49, 67, 72, 79, 82
2. Moraalsed põhimõtted, mis on inimeses endas aja jooksul arenenud. 4, 32
3. Mis on õige ja mis on vale teatud situatsioonides. 39
4. Sotsiaalne vastutustundlikkuse väärtustamine 24
5. Õiglus, võrdsus 1, 4, 12, 30, 33, 55, 58, 61, 65, 66, 70
6. Ausus 1, 2, 5, 6, 8, 9, 10, 15, 16, 17, 21, 22, 23, 27, 30, 31, 32, 34, 37, 38, 43, 44, 47, 50, 51, 52, 56, 62, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 74, 75, 79, 80, 81, 83
7. Usaldusväarsus 16, 28, 32, 54, 64, 80, 81, 83
8. Kuldsed reeglid 35, 42, 53, 55, 56
9. Väärtushinnangute kogum 13, 62
10. Isiklik südametunnistus 16, 26, 29, 40, 55, 66,
11. Legaalsus 6, 11, 12, 77, 82
12. Konkurentidega arvestamine 5, 33, 41, 46, 49, 58, 78
13. Inimeste vahelised suhted 17, 21, 46, 63

Lisa 1 järg

- 14. Lubadustest ja kokkulepetest kinnipidamine 6, 10, 14, 15, 16, 17, 20, 22, 26, 27, 30, 31, 36, 37, 38, 45, 47, 48, 49, 51, 53, 54, 56, 59, 60, 62, 68, 70, 73, 75, 81, 82
- 15. Austus 15, 33, 62, 77
- 16. Hoolimine 16, 76
- 17. Ei oska öelda 18, 24, 57
- 18. Viisakas käitumine 3, 6, 22, 30, 32
- 19. Toote/teenuse kvaliteet 19, 20, 23, 38
- 20. Korras raamatupidamine/maksud 23, 25, 33, 34, 36, 42, 47, 49, 72, 73, 75
- 21. Lojaalsus 7, 54

Lisa 2. Vastused küsimusele “Millised eetilised dilemmad on Teil esinenud ettevõtluses?” – töödeldud intervjuude vastused.

1. Kui inimene on n-ö loll, siis äriselt mõeldes on mõistlik seda võimalust ära kasutada ja selle pealt teenida. Samas kas see on nüüd õige või mitte. Näiteks vanasõna: "loll raha tahab kogu aeg omanikku vahetada". Töötajatele palga maksmise koha pealt arvas Taavi, et kindlasti on rahaga võimalik inimesi motiveerida paremini tööd tegema. Eelkõige on küsimus, kuidas seda teha ja kuidas see väljakutse neile esitada. Lisaks ka riigimaksude teema, et kuidas saaks vähem makse maksta vms. Kui palju riskida, siis on ka rahutum uni öösiti. Kas mõelda välja mõningaid viise, kuidas mööda laveerida või pigem kulutada see aeg oma toote/teenuse arendamisele. Eelkõige on oluline tegeleda õige asjaga õigel ajal. Kuna sisearhitektuur on kergelt kunstilise alatooniga, siis tuleb tunda vahet n-ö hea maitse ja halva maitse vahel. Head maitset toetab reeglina intelligentsem ja elus edasijõudnum inimeste grupp, keda on tavaliselt ühiskonnas vähem. Halb maitse on tavaliselt üldsuse maitse, mis on äraleierdatud ja odavam, teadatum ja mitte midagi erilist. Tuleb määratleda, mis on selle toote/teenuse sihtgrupp ja vastavalt sellele ka enda teenust/toodet vastavalt pakkuda. Ei ole äriselt mõtet üritada teiste maitset muuta, inimesi harida, kuigi see oleks võib-olla õigem.

2. Pigem ära räägi kui et valetad.

3. Maksude maksmine

4. Palju eetilisi dilemmasid tekib kindlalt personali küsimuses. Ehk siis kuidas firma siseselt probleeme lahendatakse. Väga palju sõltub ka firma käekäik selles eetilises küsimuse lahenduses. Mina kui ettevõtja ootan väga eetilist suhtumist ka konkurentsi ja kaastöötajatesse.

5. Konkurents. Kasumi teenimine versus inimlikkus (vastutulelikkus).

Lisa 2 järg

6. Minu jaoks kõige raskemad eetilised dilemmad tekivad seal, kui on vaja kedagi lahti lasta. Vaatamata sellele, kui ma ka tean, et ta pole päris õige ja ei täida oma kohta ära, võrreldes mõne teisega. Sellised on kõige eetilised dilemmad minu jaoks. Dilemma tekib ka siis, kui on need samad inimesed, kes on sind korra juba petnud. Lõpuks oma suure vassimisega asjad ära teinud – kõik oma kohustused ära täitnud. Siis ikkagi tekib dilemma, et kuidas ma peaksin käituma, kui nad tahavad tulla uuesti midagi ostma. Tekib tahtmine öelda, et raha ette ja siis saate kauba, sest nende eelnev käitumine oli vastuolus minu arusaamaga äri ajamisest.
7. Dilemmaks on see, et vahel tuleb mõnda probleemi vaadelda kahest vaatevinklist korraga : kui tööandja ja kui töötaja, kui maksumaksja ja kui riikliku teenuse tarbija jne. Tihti peale asetsevad need vaatenurgad paraku väga vastandlikel positsioonidel.
8. Meie kliendid peavad olema veendunud, et tavad, mida oma äritegevuses järgime, ei ole üksnes juriidiliselt korrektsed, vaid vastavad ka rangeimatele eetilistele normidele.
9. Osad dilemmad on kindlasti spetsiifilised, vastavalt konkreetsele ettevõttele või majandusvaldkonnale, osad kindlasti sarnased ja võivad esile kerkida kõikides ettevõtetes. Näiteks lähevad paljud ettevõtjad seda teed, et maksavad töötajatele ümbrikupalka – hoides nii kokku suuri summasid maksude pealt, samas petavad sellega riiki, kaudselt töötajaid ja iseennastki, sest me ise ju olemegi riik. Toitlustusettevõttes, kus müüakse ka alkoholi, on igavene dilemma see, kuidas ühildada alkoholi müüginumbrite suurenemine ja vastumeelsus alkoholi liigtarbimise vastu. Kuidas jääda alati väärikaks ja ausaks oma konkurentide suhtes – lubamatud on alatud ja konkurente mahategevad reklaaminipid ja ebauus hinnapoliitika.
10. Kohati on tulnud ette rahuldamatuid kliente ja mõned neist on lihtsalt sellised loomu poolest. Kogu ettevõtte tegevuse korrektsust ja õiglust silmas pidades, peab ikka kliendile järele andma. Eetiliselt õige on see, et kliendil on alati õigus – tuleb paluda vabandust ja lisaks veel teha mingi kompensatsioon. Samas õige oleks see vastik klient sõnadega paika panna ja olla kindel, et ta tuleb tagasi, sest enda kvaliteedis ja standardites saab olla kindel.

Lisa 2 järg

11. Kõik me puutume igapäevaselt kokku erinevate seisukohtade ja tõekspidamistega. Dilemmad on tavapärase tööprotsessi osad. Leian, et tasakaalukas partneritega lävimine ja püüdlemine pikas perspektiivis äritegevuse stabiilsuse poole, annab ette kindlad suunised situatsioonide lahendamiseks.

12. Minu nägemuses on need seotud maksudega ja tööjõu palkamisega (ümbrikupalgad). Samuti ka firma poolt pakutava teenuse/toodete taseme hoidmisega. Kui palju me oleme võimelised ära ütleva kiirelt ja kergelt pakutavast tulust kui peaksime selle saamiseks tegema mööndusi teenuse/toote kvaliteedis? Esialgselt turule toodud toode muutub aegade jooksul mitte enam nii väga kvaliteetseks jne. Ka nõ „üle laipade minek“ ehk mille iganes (suhted, kvaliteet, seaduslikkus jne) ohvriks toomine firma edukuse (laienemise) nimel.

13. Olukordi on olnud mitmeid. Üks äärmuslik näide: härrasmees viibib reisil naisega, kes ei ole tema seaduslik abikaasa, kindlustus on mehel olemas. Hiljem tekib probleem, sest meest tahavad mätta nii tema abikaasa kui ka reisikaaslane. Olukorra lahendamiseks oli kõige õigem asju ajada mehe täiskasvanud pojaga, kes ei olnud kummagi naise seaduslik laps. On olnud palju nõ musta pesu pesemist. Minu soovitus – alati kui lähete reisile, ostke tervisekindlustus. Summad, mis õnnetusjuhtumi korral peab välja käima, on kolossaalsed. Näiteks suurusjärg matusetranspordist Kesk-Euroopast algab alates 5 000 €, samas kui nädalase perioodi pikkune kindlustus maksab kõigest 9 €. Tervisekindlustus garanteerib igasuguse kaitse tavameditsiinist ettearvamatute õnnetusteni. Kasvõi hamba pooleks hammustamisel saab ravi, mille korvab kindlustus. Ka Eestist surnukeha välja saatmisel on summad üsna suured, tuleb meelde 8 000 €, mis vastava teenuse eest välja käidi. Kui vähegi reisite, siis tervisekaitse on koht, mille pealt mitte kokku hoida. Suhtlen üksjagu diplomaatidega, kes väidavad sama. Kuigi osa koostööpartnereid on rahvusvahelised, ei pea suhtluskeel olema vaid inglise, saab ka muudes keeltes hakkama, vene keeles saab alati toimetatud. Meie autod isiklikult Venemaale ei sõida, kuid seda teevad Tallinna Matusebüroo koostööpartnerid.

14. Inimeste vahelises suhtlemises, ei soovita olla õpetatav. Inimestel on väga suur ego.

Lisa 2 järg

15. Kõige põhilisem eetiline dilemma ongi maksekultuur. Meie klientidest on vaid umbes 10-15%, kes õigel ajal oma arveid tasuvad ja samas ka rendiriista või –masinat ei kohelda kui enda oma. Mõisa kõis las lohiseb.

16. Ei ole.

17. On. Näiteks mina ei saanud mitte üht kopikat raha kätte, aga käibemaksu pidin maksma ka selle raha pealt riigile, mida ma polnud näinud. Ma polnud põhirahagi kätte saanud, aga ma pidin käibemaksu ka riigile maksma. Kas see oli nüüd hästi või halvasti, aga loomulikult ma korrigeerisin natukene. Muidu oleks ma pidanud kohe pillid kotti panema.

18. Raske oli konkureerida firmadega, kes kasutasid tootmises arvatavasti salakütust, kuna konkurentidel oli toote müügihind ebanormaalselt madal.

19. Kasu vs ausus, tervis vs töö, lähedased vs äri.

20. Kas teha loomingulist raamatupidamist, või hoida rangelt kinni raamatupidamise reeglitest? Kas kasutada tuttavaid osade teenuste odavamalt saamiseks, või tuleks maksta täishinda?

21. Pole ette tulnud

22. Meil ei ole olnud eetilisi dilemmasid, kuid kommunikatsioonis on siiski olnud arutlemist, et kuidas raskeid või mitmeti mõistetavaid teemasid panna nii-öelda inimeste keelde. Alkoholimõjude programmiga seoses on vaja vältida ka lahterdamist, et me oleme täiskarsklased ja üritame ka teisi panna alkoholist loobuma, kuid see ei ole meie idee. Me soovime vähendada alkoholist sõltuvust ja teadvustada inimesi sellega kaasnevatest probleemidest ning sõltuvusse jäämist. Teadmine, mis on riskitarbimine ja mis mitte, on tähtis. Meie sihtgrupiks selles valdkonnas on just lapsevanemad, kes võivad enda eeskujuga soodustada ka laste varajast sõltuvust alkoholist.

23. Ei, üldiselt ei ole. Võibolla vaid see aeg, kui olin teadlikult valinud teise tootebrändi ja teise maaletooja, kuna ma ei olnud rahul eelmisega, siis just see, kuidas see otsus eelmisele teatavaks teha ja kas ma olen kohustatud seda tegema. Lõpuks otsustasin, et oleks minust viisakas teda teavitada.

Lisa 2 järg

24. Ettevõttega ei ole tulnud. Üks vaheetapp oli muidugi, mis röövis aasta meie projektist. Oli kohtuvaidlus ruumide omanikfirmaga. Me saime need esialgsed ruumid kätte majanduslanguse tippajal ja aasta ajaga oli olukord turul nii palju muutunud, et tekkisid inimesed, kes nägid neid ruume juba hoopis teises valguses, kui nad olid siin mitmeid aastaid seistes olnud. Ja kui meil juba äri käis ja juba olime siia rahva sisse toonud. Oli julgeid, kes tahtsid asja üle võtta ja suruda siia oma ideid. Pakuti umbes kolmekordseid rendihindu, et meist lahti saada. Öeldakse, et äri on äri ja rendileandja hakkaski tegema kõik selleks, et meist lahti saada, et anda ruum kallimalt välja. Loomulikult ei olnud me sellega nõus ja selle asemel et alla anda me otsustasime võidelda. Kas surm läbi võitluse või surm vabatahtlikult. Me valisime surm läbi võitluse. Selle lahingu me võitsime. Aasta võttis aega aktiivselt ja teine aasta oodates kohtusse minemist, kuni see asi siis enne kohtuistungit siis üldse kokkuleppel lõpetati ära. See oli inetu lugu, aga sellest oli väga suur kool. Märksõnadeks võiks olla loe lepingut, lepingus on kohti, kus lepingus loed üks kord, teine kord ja kolmas kord ning iga kord loed erineva asja välja.

25. Ühtpidi ei saa olla liiga pühendunud töövõtjana, teistpidi veidi kripeldab, et varem maksin rohkem makse.

26. Üpris palju on tulnud ette, kui tuttavad tulevad tööd küsima. Minule on selge, et nad ei saaks sellega hakkama, aga neile selgitame tekitab vahel raskusi ja ebameeldivusi. Teiseks on tellimuste äraütlemine, mis käivad üle jõu. Tean, et antud projekt tooks firmale palju raha, aga samas pole firma võimeline nii suures mahus niisama kvaliteetset toodet pakkuma.

27. Enamus dilemmasid kerkib üles emaettevõttega seoses. Kes kellele ja millise kvaliteediga ning millise raha eest teenuseid osutab!?

28. Tooraine ostu puhul, mõned aastad tagasi, krooniajal, tulid ühed mehed pakkuma meile Poola marju. Kuna Poola on meist lõunas, saab seal saak varem valmis. (Muide nii on meil ka Eestis: kõige varasemat saaki saame Räpinast. Alles hiljem saame saaki Kesk-Eestist.) Poola marju pakuti ka kroon odavamalt, kuid lükkasin pakkumise tagasi. Nimelt on palju kohalikke kasvatajaid, kes kasvatavad marju, et müüa seda hiljem

Lisa 2 järg

moositööstusele. Moosi-ja kontsentraaditootmise alguses rajasid inimesed ise marjaaedu ning müüsid saadusi tooraineks. See süsteem ning vanad tutvused on säilinud tänaseni. Ma poleks saanud toona öelda meie kasvatajatele, et sel aastal me teie marju vastu ei võta. Vanad tutvused kaaluvad odava tooraine üles.

29. Toon ühe näite - suurema kasumi nimel oleks ökonoomsem kasutada odavamat ja ebakvaliteetset toorainet. Kuigi eetika nõuab ainult parima ja kvaliteetsema tooraine kasutamist, pole see tihtilugu majanduslikult kasulik. Minu arusaam ärieetikast ja ka selge mõistus ei luba sellist käiku teha ja firma mainet kahjustada, siis pakumegi alati oma kliendile parimast toorainest valmistatud naudingut. Minu eesmärk ei ole vahendeid valimata oma kasumit suurendada.

30. Toote tutvustamisel tood alati välja tema paremad pooled ning jätad märkimata halvemad küljed või püüad neid ilustada.

31. Muidugi oli juhatuse soov alati pakkuda kõigile kõige kallimaid teenuseid, kuid kuna konkurents oli/ on tihe, siis tuli see kasuks, kui leidsid klientidele alati sobiva variandi.

32. Klienditeeninudaja, kes on kahjustanud oluliselt ettevõtte mainet, samas seaduses toodud töötaja õigused, raske on nõuda klienditeeninudajalt kahjutasu või kiirelt lihtsalt lahti lasta.

33. Ebameeldivad kliendid, nendega ei taha tegeleda, aga peab tegelema. Vabandada kliendi eest ette taha, kuigi ei ole põhjust. Ja jama on tegeleda sellega, kui keegi teistest töötajatest on pannud aja, klient astub sisse ja mina saan vastu päid ja jalgu selle eest, kui mingisugune arusaamatus on sellega tekkinud. Ebameeldiv. Töötaja, kes õhutab kollektiivi üles, nendega ei taha ka tegeleda. Ei oska seda EI-d öelda. Muud nagu ei olegi.

34. Valetamine

35. "Kas tööjõu värbamine konkurendilt on eetiline või mitte?". Püüdes pakkuda parimat oma toitlustusettevõttes on tema jaoks oluline ka väga heal tasemel tööjõu olemasolu. Tema leiab, et tööjõu värbamist tuleks siiski pigem vältida, sest seda võtet võivad ka konkurendid vastu kasutada. Kuid samal ajal leiab ta, et kõike annab teha

Lisa 2 järg

viisakalt ja peale tükkimata. Ja sellist lahendust on ta tegevjuhina ka kasutanud – konkurendi halvustamise asemel tuleb hoopis tuua välja enda ettevõtte häid külgi ja näidata kasu, mida “värvata” töötaja ettevõttesse tulles saaks.

36. Tavaliselt on need väikesed igapäevased küsimused. Mida teha selle 10 kg kalli toorainega mille kuupäev äsja lõppes? Kas Sa ütled kliendile, et auto rehvi purunes, või tõe, et keegi unustas ta tellimuse üles kirjutada? Ma tean paljusid inimesi, kes selliste asjade väljakeerutamise kunsti suurepäraselt valdavad ning on oma tegemistes edukad. Kindlasti ei ole ma seda meelt, et eetilisus on 100% parem kui relativism. Ma tean üht 1,5 miljardi kroonise käibega ettevõtte omanikku, kes mind kui noort ärikooli lõpetanut õpetas: “Võida usaldus ja peta” Ta on äriliselt väga edukas, kindlasti paljudel muudel põhjustel, ehkki eetiliselt küsitav. Ise pean ennast pigem eetiliseks. Minu argument on see, et ebaeetiline käitumine korrumpeerib töötajaid. See on halb eeskuju. Lisaks tundub ka mulle isiklikult tõde lihtsam, kui selline laveerimine. Aga igaüks peab leidma oma tee.

Vastuste grupeerimine:

- Riigiga seotud dilemmad
 - Maksudest maksmisest hoidumine üldiselt 1, 3, 7, 12, 20, 25
 - Ümbrikupalgad 9, 12,
 - Käibemaksu varjamine 17,
- Töötajatega seotud dilemmad
 - Töötajatega seotud dilemmad üldiselt 4, 7, 25,
 - Kas maksta töötajatele palka 1,
 - Vallandamine 6, 32, 33,
 - Palkamine 26,
- Konkurentidega seotud dilemmad
 - Konkurentidega üldiselt 5,
 - Suhted konkurentidega 4,
 - Hinnapoliitika 9,
 - Tööjõu värbamine konkurendilt 35

Lisa 2 järg

- Klientidega seotud dilemmad
 - Klientidega seotud dilemmad üldiselt (suhted) 8, 10, 33,
 - Kas müüa kliendile, kes pole tähtaegselt maksnud 6,
 - Alkoholi müük 9,
 - Toote/teenuse kvaliteet 12, 26, 29, 36
 - Müügi protsess 30, 31,
 - Diskreetsus 13,
- Partneritega seotud dilemmad
 - Partneritega seotud dilemmad üldiselt (suhted) 11,
 - Kohustuste täitmine 15,
 - Koostöö lõpetamine 23, 24, 28
 - Emaettevõttega seotud dilemmad 27,
- Oli ka selliseid vastuseid, kus kindlaid huvigruppe ei mainitud
 - Ei ole dilemmasid olnud 16, 21, 22,
 - Petmine 1, 18, 19, 34, 36,
 - Valetamine 2,
 - Igapäevased küsimused 36,

SUMMARY

BUSINESS ETHICS AND ITS PERCEPTION AMONG ESTONIAN PRIVATE SECTOR MANAGERS DURING 2011-2014

Juri Tutskanjuk

In most cases, people believe that managers are responsible for business ethics in enterprises. The main cause for this could be the fact that managers are the ones who make both ethical and in some cases unethical important decisions in businesses. According to different authors (e.g. Rest 1986), managers can consciously pass ethical decisions if they recognise that the problem in question holds an ethical dilemma. In order to understand ethical dilemmas, managers need to apprehend the essence of business ethics.

The purpose of the author of this research paper is to examine how Estonian private sector managers perceive the meaning of business ethics and everyday business ethical dilemmas.

To achieve the goal the writer establishes the following research assignments:

- explain the essence of business ethics;
- present different interpretations for the term „business ethics“;
- bring out main business ethical dilemmas in business activities;
- analyse the interviews carried out in 2011-2014;
- make conclusions about Estonian business managers and their perception of business ethics and everyday business ethical dilemmas.

The author carries out the aim of this research paper in two chapters. The first chapter is theoretical and presents different authors (including De George 1990, Beauchamp and Childress 1994, Solomon 1994) and their definitions of ethics. In addition, the author briefly introduces possible approaches and theories on ethics. The author also brings out different business ethics definitions which help to understand the meaning of business ethics, and shortly gives reasons for the importance of business ethics for an enterprise. In the theoretical part, the author points out the significance of an ethical manager for the ethicality of a business. Additionally, the development of business ethics and today's most common ethical dilemmas in businesses are also described. The research paper is primarily based on contemporary scientific papers.

The second chapter is empirical. In order to examine how Estonian private sector managers perceive business ethics, the author relies on the interviews carried out by students during the course "Principles of Entrepreneurship" lectured by Made Torokoff-Engelbreth (2011-2014). The analysis consists of 137 interviews carried out among managers in Estonian enterprises. The author believes that there is enough reliable information to adequately give results for the aim of the research paper.

The answers provided in the interviews transpire how Estonian private sector managers perceive the meaning of business ethics. The author points out answers that were related to noticing business ethical dilemmas. According to the author, acknowledging business ethical dilemmas in everyday work situations helps to understand how the managers perceive business ethics and how they can associate the definition with everyday situations. The author considers ethical dilemmas in accordance with target groups. In the last section of the empirical part the author makes conclusions about the sense of business ethics by Estonian private sector managers.

The results conclude that Estonian business managers perceive business ethics as honesty, commitment to promises and agreements, justice, equality and adherence to rules and laws (verified accounting, paying taxes). It can also be deducted that most Estonian managers understand business ethics as it is addressed in virtue ethics and believe that actions are ethical if the one doing them is virtuous in their character. The current research paper concluded that Estonian managers mostly apprehend business

ethical dilemmas that are related to specific target groups such as the state, employees, competition, partners and clients. The most perceived dilemmas were related to clients – e.g. the quality of the provided service/product, sales and relations. The least perceived dilemmas were connected with the competition. The most brought out ethical dilemmas were in accordance to the deontological approach, which according to the author indicates that while discussing dilemmas, the main focus is on the ethicality of the action itself and not the one performing the action. The author finds it intriguing that in the research paper at hand, the interviewees brought out very few everyday dilemmas and three people claimed that they do not come across ethical dilemmas in everyday work experiences. The author believes these claims to be false and therefore could indicate that the interviewees were not prone to answer delicate questions. However, there responses could also be conditioned by the fact that business managers cannot comprehend ethical dilemmas in everyday work environment.

The author believes that this area can be further researched by carrying out more thorough interviews on the given subject. Another possibility is to examine the correlation between business ethics and business profitability, which could prove to be a complex task made more intriguing by the research process and outcome.

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, Juri Tutskanjuk,

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose “Ärieetika tajumine eesti erasektori juhtide seas aastatel 2011 – 2014”, mille juhendaja on Made Torokoff-Engelbreth,
 - 1.1. reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace-is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;
 - 1.2. üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.
2. olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Tartus, **27.05.2014**